

do Sul

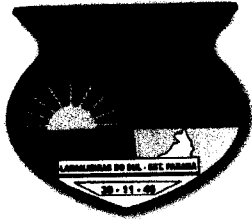
PREFEITURA

DESPACHO

LICITAÇÃO Nº.: 006/2018

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAR OS SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL
Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



AUTUAÇÃO

RECURSO ADMINISTRATIVO

CONCORRÊNCIA 006/2018-PMLS

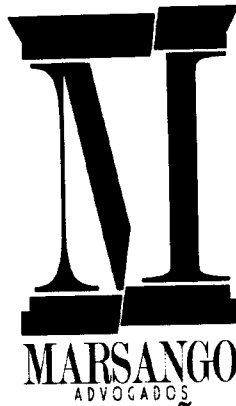
Recorrentes: NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.
BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.
DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI.

Contrarrazoantes: NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.
BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.
CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA.

Nesta data, 09 de outubro de 2018, autuei o Recurso Administrativo e apensei ao Processo Licitatório Concorrência n° 006/2018.

Laranjeiras do Sul/PR, 09 de outubro de 2018.


Gilson Ferreira Cella
Presidente CPL
Decreto 005/2018



À ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL - ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA N. 06/2018

DUDACOM MARKETING INTEGRADO

EIRELI, pessoa jurídica de direito privado, regularmente inscrita no CNPJ sob o nº. 24.811.536/0001-55, estabelecida à Rua Rubens Lopes, nº. 435, Sala 01, Jardim Universitário, na cidade de Cascavel - PR, por seu representante legal que ao final subscreve, contato@marsango.com.br, empresa licitante da Concorrência n. 06/2018, para "Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução interna, intermediação e supervisão da Execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração de marcas de expressões de propaganda, de logotipos, e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção da Prefeitura municipal", na modalidade "MELHOR TÉCNICA E PREÇO" não se conformando com a justificativa das notas atribuídas e com o julgamento proferido pela Subcomissão Técnica que, em arrepio às normas editalícias, feriu os princípios da legalidade, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo atribuindo nota aquém daquela atribuída a...



da Lei 15.608/2007 c/c Lei 12.232/2010 e art. 109, 'b' da Lei 8.666/93 e demais dispositivos aplicáveis, interpor o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**, pelas razões que passa a expor:

I - DOS PRESSUPOSTOS DE ADMISSIBILIDADE

2. Inicialmente, urge destacar que o presente Recurso é tempestivo, considerando o prazo de 05 (cinco) dias úteis para apresentação das razões.

3. A empresa Recorrente obviamente não foi a primeira classificada, o que, per si, evidencia o seu interesse recursal.

4. A peça de irresignação é proposta por empresa credenciada e participante do certame, o que atesta sua legitimidade.

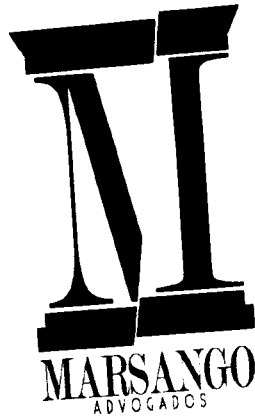
5. Presentes, portanto, os pressupostos recursais, torna-se imperioso o processamento do presente Recurso.

II - DO MÉRITO RECURSAL

6. A Recorrente está irresignada com o julgamento atribuído pela D. Subcomissão técnica, notadamente no que se refere à adoção de critérios subjetivos para fixação da nota técnica da Recorrente.

7. A referida decisão, ínclito julgador, data máxima vênua, não merece prosperar. Em que pese o habitual e inquestionável saber técnico-jurídico de v. senhoria, e o empenho em proferir um julgamento justo, legal e adequado aos objetivos perseguidos pela Administração, na verdade, involuntariamente, laboraram em equívocos, na exegese das cláusulas editalícias, que eivam a decisão hostilizada de ilegalidade.

8. A ilegalidade consiste na evidente violação dos princípios legais que regem o processo licitatório, além dos



Técnica, quando da justificativa para arbitramento de uma nota menor à Recorrente, lançou mão de **critérios subjetivos**, o que é enseja em evidente ilegalidade, em contraponto ao **princípio do julgamento objetivo** (arts. 3º e 45 da Lei 8.666/93 c/c), da **isonomia** (art. 3º, 8.666/93 e 37 da CF/88) e da **vinculação do instrumento convocatório** (arts. 3º e 41 da Lei 8.666/93).

9. Com efeito, a ilegalidade consiste, a toda evidência na atribuição de nota subjetivamente menor à Recorrente quando em comparação com outras licitantes, **sem que houvesse justificativa de índole objetiva ou critério inobservado pela Recorrente.**

10. Assim, no exercício legal do contraditório e da ampla defesa, a empresa recorrente passa a contrapor as razões que levaram a Subcomissão Técnica aferir maior nota à referida empresa, em sua integralidade por serem totalmente incoerentes e, ainda, por serem aferidos sem a metodologia indicada pelo edital e pautados em fundamentos ilegais, cuja única finalidade foi confundir os Agentes Administrativos, causando prejuízo aos demais participantes por "induzir" a avaliação e, conseqüentemente, comprometendo o resultado final.

I - DA PROPOSTA TÉCNICA APRESENTADA E DA VIOLAÇÃO DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO.

I.I - CONSIDERAÇÕES PREAMBULARES.

11. Como se demonstrará nos parágrafos posteriores, a empresa licitante observou com rigor todas as regras do instrumento convocatório e da legislação Federal que rege a matéria. Apresentando proposta técnica condizente e adequada ao objeto licitado, cumprindo com todos os critérios objetivos fixados em Edital.

A referida proposta, quanto a técnica, restou



forma paradoxal e injustificada a Subcomissão técnica acabou atribuindo à Recorrente notas consideravelmente inferiores, em evidente subjetividade.

13. O item 10.15 do Edital Licitatório prevê que "as propostas técnicas das licitantes serão julgadas pela Subcomissão Técnica, mediante critério técnico, adotando-se a nota máxima de 70 (setenta) pontos para Proposta Técnica e 30 (trinta) pontos para Proposta de Preços", e a Lei 12.232/2010 determina que a avaliação deve ser pautada em critérios **objetivos**. Vejamos:

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e **objetiva**;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

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



VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 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 ata 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 da licitação.

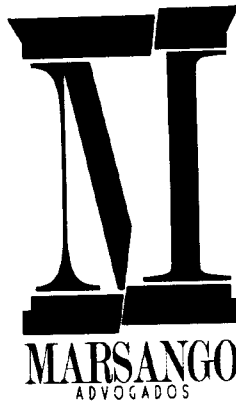


assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

14. No entanto, verifica-se que as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica a DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI, não estão adstritas ao critério técnico das propostas apresentadas pela recorrente - conforme determinado pelo edital, mas a critérios subjetivos ligados exclusivamente ao entendimento pessoal dos membros da Subcomissão Técnica, os quais não se encontram embasados em disposições do edital licitatório, tão pouco na legislação pertinente a este processo indicado no preâmbulo do referido edital.

15. É imperioso ressaltar que a Administração Pública não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha **estritamente vinculada**. Sendo a licitação, em qualquer uma das modalidades, ato convocatório, que tem como objetivo realizar a contratação de serviços e compras de bens que sejam de interesse social, bem como resguarda atos escusos, evitando fraudes e exageros no gasto com o erário, as decisões tomadas devem respeitar **TODOS** os requisitos e exigências postas no ato convocatório, sob pena de trazer **insegurança jurídica** para os participantes, ferindo a **legalidade**, a **competitividade**, o **julgamento objetivo**, a **impressoalidade** e a **isonomia** entre os participantes.

16. Assim, a Administração possui o dever legal de reprimir condutas contrárias ao Edital e à Legislação, sob pena de se criar precedente para interessados nos futuros atos convocatórios, demonstrando que este ente público permite flexibilização das regras postas e violação dos princípios constitucionais que regem os procedimentos licitatórios.



17. Nesse compasso, é dever do estado em aplicar a lei como forma de equalizar, de forma isonômica, a aplicação das regras editalícias, atribuindo critérios de julgamento idênticos àqueles em que se encontram na mesma posição.

18. A legalidade, igualdade, vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo são princípios e critérios que devem ser observados em todos os procedimentos licitatórios, encontrando previsão expressa no art. 3º da Lei nº 8.666/93:

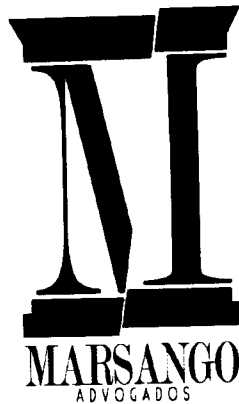
Art. 3º. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da **isonomia** e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da **legalidade**, da impessoalidade, da moralidade, da **igualdade**, da publicidade, da probidade administrativa, da **vinculação ao instrumento convocatório**, do **julgamento objetivo** e dos que lhe são correlatos. (grifei)

19. Além de mencionado no artigo 3º da Lei nº 8.666/93, ainda tem seu sentido explicitado no artigo 41, segundo o qual **“a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada”**.

20. Deste modo, embora seja deveras difícil, a comissão técnica não pode permitir ingerência ou que a subjetividade de seus membros se sobreponham aos critérios objetivamente fixados em edital.

21. De igual modo, transcreve-se o que preceitua o artigo 43 da referida Lei:

“Artigo 43. A licitação será processada e julgada com observância dos seguintes procedimentos:



IV - **Verificação da conformidade de cada proposta com os requisitos do edital** e, conforme o caso, com os preços correntes de mercado ou fixados por órgão oficial competente, ou ainda com os constantes do sistema de registro de preços, os quais deverão ser devidamente registrados na ata de julgamento, **promovendo-se a desclassificação das propostas desconformes ou incompatíveis.**

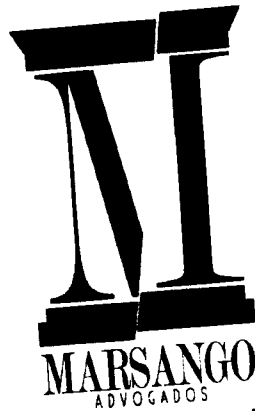
V - **julgamento e classificação das propostas de acordo com os critérios de avaliação constantes do edital.**" (grifei)

22. Em remate, prevê o artigo 44 da Lei 8666/93:

"Artigo 44. No julgamento das propostas, a comissão levará em consideração os **critérios objetivos definidos no edital** ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei." (grifei)

23. Vê-se, portanto, que o processo contém vícios irreparáveis em evidente desacordo com as prescrições editalícias. Assim sendo, resta evidente que as referidas notas merecem sofrer obrigatória correção face ao claro descumprimento das exigências do edital norteador desta licitação, sob pena de violação inquestionável aos princípios da vinculação ao edital e do julgamento objetivo, sob os quais deve pautar-se todo e qualquer procedimento licitatório. Utilizar-se de outros critérios ou modificar os já existentes implicaria em integral afronta ao imperioso princípio do julgamento objetivo. Vejamos, então, o que diz Toshio Mukai¹:

"o princípio do julgamento objetivo exige que os critérios de apreciação venham prefixados, de modo objetivo, no instrumento convocatório, de



tal modo que a comissão de julgamento reduza ao mínimo possível seu subjetivismo."

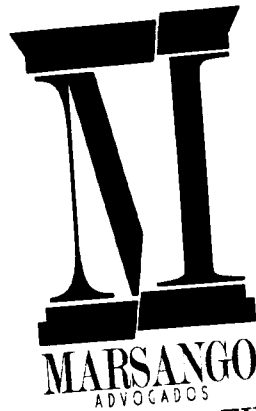
24. Nesse mesmo diapasão, vejamos o entendimento de Roberto Ribeiro Bazzili e Sandra Julien Miranda, ao dissertar sobre o julgamento objetivo nas licitações²:

"Finalmente, para a plena efetivação do princípio em comento o julgamento deve ser realizado com observância dos fatores exclusivamente previstos no ato convocatório. Não basta, pois, a fixação do critério de julgamento; é preciso, ainda, que sejam previstos os fatores que serão considerados no julgamento, ajustados aos fins almejados pela Administração Pública. Na atual Lei 8.666, de 1993, estes não estão elencados, devendo, pois, ser fixados no ato convocatório. Contudo, uma vez estipulados no ato convocatório, o julgamento dar-se-á unicamente de acordo com eles."

25. Como visto, o julgamento das propostas não pode dissociar-se, em momento algum, dos critérios objetivos estabelecidos no edital, sob pena de desviar-se do julgamento objetivo.

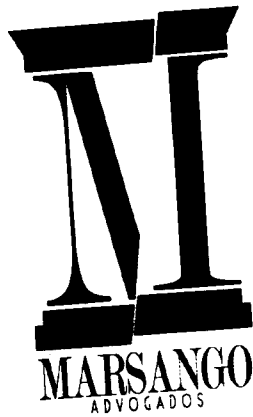
26. Ora, o que almeja a empresa recorrente é que esta ilustre CPL realize julgamento das propostas em conformidade com os ditames editalícias, ou seja, requer a recorrente que este ilustre Presidente venha basear sua decisão de acordo com os preceitos e condições constantes no ato convocatório desta licitação.

27. É neste tocante que incide precisamente o princípio da vinculação ao edital, o qual deve nortear todo e qualquer procedimento licitatório, conforme preconiza o art. 3º da



Lei de Licitações. MARÇAL JUSTEN FILHO, ao comentar no seu livro PREGÃO, sobre "O problema do julgamento objetivo e da vinculação ao ato convocatório" foi enfático ao afirmar que tais princípios atestam a incompatibilidade de atos discricionários nos julgamentos das propostas, como se vê abaixo³:

"No entanto, não deixa de ser interessante a explícita alusão à ausência de discricionariedade da autoridade administrativa na condução e encaminhamento da licitação processada sob modalidade de pregão. Reitera-se, a propósito do pregão, um princípio consagrado na Lei n.º 8.666, acerca da ausência de autonomia da autoridade julgadora. Essa regra assume especial relevância em vista da tendência a atribuir ao Pregoeiro poderes discricionários incompatíveis com os princípios aludidos. O próprio regulamento federal acaba por induzir o intérprete a supor o cabimento de o pregoeiro valer-se de um certo bom senso como critério decisório. Essa alternativa é incompatível com a Lei n.º 10.520 e com o próprio regulamento federal. O próprio art. 4º do regulamento federal enuncia a vedação à possibilidade de seleção de propostas ou imposição de soluções derivadas de "prudente arbítrio" do pregoeiro. Destaque-se, ademais, que nem seria cabível consagrar alternativa através da via regulamentar. Se a Lei não consagrou solução tutelando escolhas subjetivas do pregoeiro, seria inviável um simples decreto optar por inovação normativa dessa ordem. Portanto, o regulamento federal, no art. 4º reitera pura e simplesmente a



alternativa legislativa consagrada - como não poderia deixar de o ser."

28. Assim, por esses princípios, a Administração Pública (por meio da Comissão de Licitação) e participantes do certame devem pautar as suas ações pelos termos do instrumento convocatório, ou seja, não podem agir, sob pena de violação à legislação vigente, nem além, nem aquém do estabelecido no ato convocatório.

29. Aliás, uma faceta desse princípio encontra-se prevista no art. 41 da Lei de Licitações, ao prever que a Administração não pode deixar de atender às normas e condições do edital, posto achar-se plenamente vinculada ao mesmo. Vejamos:

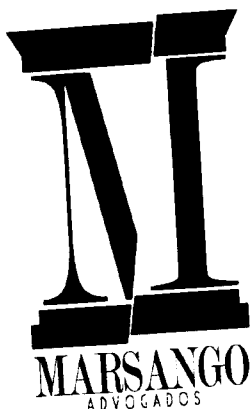
"Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada"

30. CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELO, em seu festejado Curso de Direito Administrativo ratifica *in totum* esse posicionamento legal, ao asseverar que⁴:

"O princípio da vinculação ao instrumento convocatório obriga a Administração a respeitar estritamente as regras que haja previamente estabelecido para disciplinar o certame [...]."

31. De igual modo, veja-se o teor do artigo 45 do mesmo diploma legal:

"Artigo 45. O julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de Licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a



possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle." grifei

32. Em tal prol, ressalte-se lição do administrativista MARÇAL JUSTEN FILHO⁵:

"Depois de editado o ato convocatório, inicia-se a chamada fase externa da licitação. Os particulares apresentam as suas propostas, que serão avaliados de acordo e documentos com os critérios previstos na Lei e no ato convocatório. Nessa segunda fase, a Administração verificará quem, concretamente, preenche mais satisfatoriamente as condições para ser contratado. Também nessa etapa se exige o tratamento isonômico. Trata-se, então, da isonomia na execução da licitação. Todos os interessados e participantes merecem tratamento equivalente." (grifei)

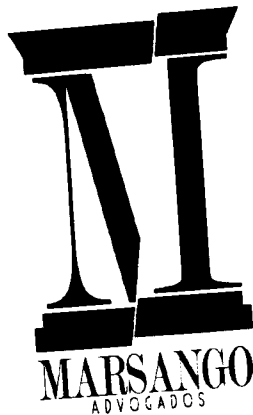
33. Nesse diapasão, conforme as disposições editalícias do, é ônus da licitante apresentar os documentos de habilitação, sob pena de INABILITAÇÃO.

34. Em havendo algum erro, intencional ou não, faz-se necessária a inabilitação do licitante, pois, sua conduta afronta os princípios basilares aplicados ao direito administrativo e, mais especificamente, às licitações, nomeados no artigo 3º da Lei 8.666/93, com destaque aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, vinculação ao instrumento convocatório e do juízo objetivo.

35. Sobre o tema, assevera JOSÉ DOS SANTOS CARVALHO FILHO⁶:

⁵ JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. 15ª ed. São Paulo: Dialética, 2012. p. 61

⁶ CARVALHO FILHO, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo. 25ª edição.



“A vinculação ao instrumento convocatório é garantia do administrador e dos administrados. Significa que as regras traçadas para o procedimento devem ser fielmente observadas por todos. Se a regra fixada não é respeitada, o observadas por todos procedimento se torna inválido e suscetível de correção na via administração ou judicial.

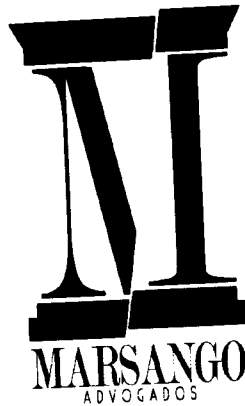
O princípio da vinculação tem extrema importância. Por ele, evita-se a alteração de critérios de julgamento, além de dar a certeza aos interessados do que pretende a Administração. E se evita, finalmente, qualquer brecha que Administração provoque violação à moralidade administrativa, à impessoalidade e à probidade administrativa. (...)

Vedado à Administração e aos licitantes é o descumprimento das regras de convocação, deixando de considerar o que nele se exige, como, por exemplo, a dispensa de documento ou a fixação de preço fora dos limites estabelecidos. Em tais hipóteses, deve dar-se a desclassificação do licitante, como, de resto, impõe o art. 48, I, do Estatuto”. (grifei)

36. Com isso, restou observado, ainda, o **princípio do julgamento objetivo**, o qual é corolário do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, já que a análise dos documentos deverá se dar exclusivamente com base em critérios indicados no ato convocatório, pouco importando o fato de a Licitante ter mantido vínculo contratual com o órgão Licitante.

37. Não se trata da possibilidade de descumprir com um simples requisito editalício, mas sim de se evitar que haja violação do ato convocatório que culminem com a **quebra de isonomia**, bem como da viabilidade da competição, posto que concede vantagem indevida em detrimento dos demais.

Verifica-se que a conduta ora questionada enseja



embora a Recorrente tenha apresentado uma proposta equivalente, por critérios subjetivos e desvinculados do Edital, recebeu nota inferior àquelas atribuídas aos seus concorrentes, situação que enseja em ilegalidade do certame.

II - METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

39. Antes de apontarmos os erros na atribuição das notas, bem como a incoerência das justificativas anotadas pela Subcomissão Técnica, vejamos o que pede o item 10.15 do Edital, relativo a metodologia avaliativa que a doutra Subcomissão Técnica, em privilégio ao princípio da Vinculação ao Edital e ao do Julgamento objetivo, deveria ter seguido rigorosamente:

15.10 Julgamento da proposta técnica.

15.10.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão julgadas pela Subcomissão Técnica, mediante critério técnico, adotando-se a nota máxima de 70 (setenta) pontos para Proposta Técnica e 30 (trinta) pontos para Proposta de Preços. Serão considerados os seguintes fatores:

15.10.2 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de setenta pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

15.10.3 Plano de Comunicação - Nota Máxima = 35

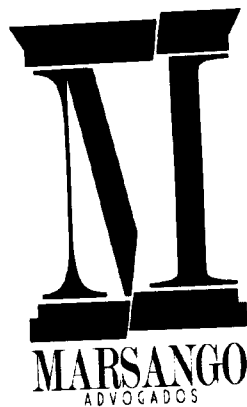
15.10.3.1 Raciocínio Básico: Acuidade de compreensão. **Nota Máxima = 10**

a) características da CONTRATANTE significativas para a comunicação publicitária;

b) natureza, extensão e qualidade das relações da CONTRATANTE com o seu público;

c) papel da CONTRATANTE na área social, política e econômica.

15.10.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária.



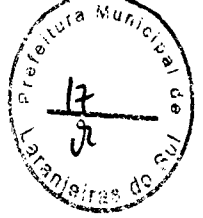
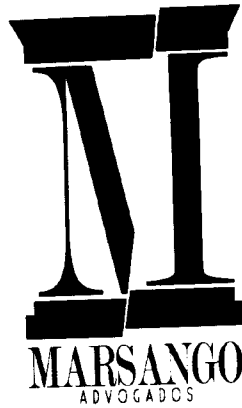
- a) adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação da CONTRATANTE;
- b) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação da CONTRATANTE com a sociedade.

15.10.3.3 Idéia Criativa. Nota Máxima = 15

- a) adequação ao problema específico de comunicação;
- b) multiplicidade de interpretações pertinentes aos objetivos estratégicos traçados;
- c) cobertura do público-alvo através destas interpretações;
- d) originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) simplicidade da forma sobre a qual se apresenta;
- f) pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) coesão dos desdobramentos comunicativos, conforme demonstração nas peças apresentadas;
- h) adequação da idéia criativa, ou seja, a linguagem das peças interagindo de maneira uniforme com os meios propostos.

15.10.3.4 Estratégia de Mídia. Nota Máxima = 5

- a) adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;
- b) adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;
- c) conhecimento dos hábitos de comunicação do público-alvo, adequando os aos meios, conforme



- d) consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- e) economia na aplicação da verba destinada;
- f) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

15.10.4 Capacidade de Atendimento. Nota Máxima = 35

a) adequação da qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da CONTRATANTE = 10

b) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia = 5

c) Qualidade técnica, criatividade e pertinência da solução criativa do portfólio apresentado = 15

d) Similaridade dos clientes apresentados com o contratante = 5

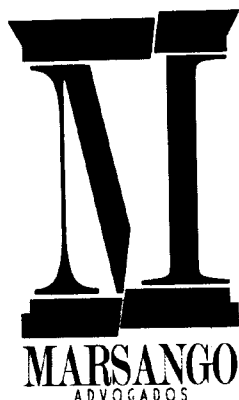
15.10.5 A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

15.10.5.1 A nota final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

15.10.6 Será desclassificada a Proposta que:

15.10.6.1 Não alcançar, no total, a nota mínima de cinquenta pontos;

15.10.6.2 Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens "15.10.3" ao "15.10.4".



40. A fim de organizarmos nossa explanação dividimos os avaliadores conforme a planilha elaborada por eles mesmos:

AVALIADOR 01 - PLACIDO DAMIANI NETO

AVALIADOR 02 - DIANA PRETTO

AVALIADOR 03 - ROBERT ARY ROHSLER

ITEM 9.4.1

41. Observamos que os referidos membros desta Subcomissão Técnica aferiram as seguintes notas no quesito 9.4.1 a esta Recorrente:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	9	10	9

42. As notas transcritas *alhures* foram atribuídas sob as seguintes justificativas:

DAS JUSTIFICATIVAS

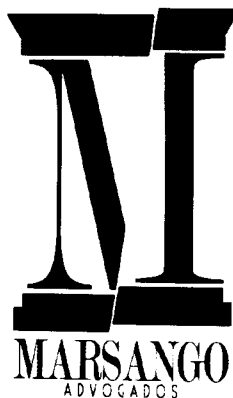
ITEM 9.4.1, "a1" – Apresentou um bom nível de satisfação, com conteúdo baseado em pesquisas de acordo com o que foi proposto no edital, demonstrando que a pesquisa foi feita com conhecimento.

ITEM 9.4.1, "a2" – A empresa demonstra que esteve a campo para conhecer os anseios da cidade, e realizou uma boa pesquisa sobre a realidade de Laranjeiras do Sul.

ITEM 9.4.1, "a3" – Raciocínio básico situa de modo adequado as características do município, destacando os avanços estruturais que Laranjeiras do Sul vem passando e a transformação com o plano de mobilidade urbana.

43.

Observe-se que, segundo as justificativas...



porém não logrou nota máxima ao quesito, conforme determina o edital e a legislação pertinente. Resta evidente que sua nota foi atribuída sob um olhar subjetivo dos membros da Subcomissão Técnica, posto que, se fizessem análise objetiva do julgamento, a nota seria logicamente superior.

44. Na mesma esteira, tomando-se como base o referido item, denota-se que a Subcomissão técnica atribuiu nota superior a outro concorrente, sem que houvesse qualquer critério objetivo que justificasse uma nota inferior a Recorrente, posto que ambas as propostas são equivalentes, conforme se extrai das próprias justificativas lançadas.

"EMPRESA C"

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	9	10	10

45. Agora vejamos as justificativas para tais notas:

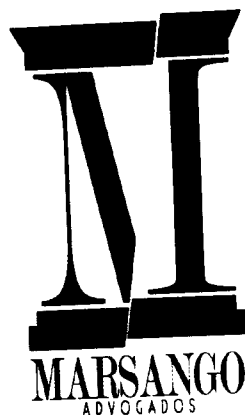
DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Apresentou um resumo sobre os 100 primeiros dias de governo, destacando todas as conquistas.

ITEM 9.4.1, "a2" – Na pesquisa, que foi bem apresentada, exaltou todas as conquistas de Laranjeiras do Sul, de forma completa.

ITEM 9.4.1, "a3" – Pesquisa muito bem feita sobre as conquistas de Laranjeiras do Sul, destacando também as conquistas na área da educação, segurança e aquisição de ônibus para o transporte dos acadêmicos.

46. Observe que ambas justificativas ratificam o cumprimento de forma inequívoca ao solicitado pelo **item 9.4.1 - RACIONIO BÁSICO**, do referido edital, porém as notas atribuídas ao concorrente denominado neste momento com sendo a empresa "C", obteve maior nota, ferindo de forma explícita o julgamento objetivo, o princípio da vinculação ao instrumento



convocatório e rompendo com a isonomia deste processo licitatório, desequilibrando a disputa.

ITEM 9.4.2

47. Observamos agora que os referidos membros desta Subcomissão Técnica aferiram as seguintes notas ao quesito 9.4.2 desta recorrente:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.2 – do edital	4	4	4

48. Em remate, transcrevem-se as justificativas para tais notas:

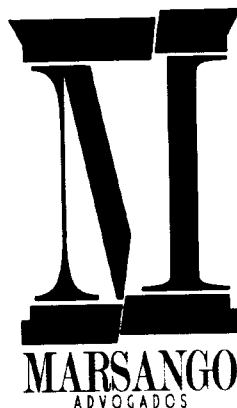
ITEM 9.4.2, "a1" – Apresentou diversas opções que podem ser integradas ao material que já vem sendo utilizado pela Secretaria de Comunicação.

ITEM 9.4.2, "a2" – Neste item a empresa relata que pretende investir em jornal, e criar um jornal institucional, talvez este seja um custo desnecessário.

ITEM 9.4.2, "a3" – Interessante a estratégia de investimento. No entanto, boa parte desta divulgação já vem sendo feita pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura, como por exemplo, o uso do aplicativo WhatsApp, fala cidadão, em que o munícipe pode conversar diretamente com o prefeito, entre outros meios que vem sendo utilizados.

49. Para analisarmos melhor as justificativas acima lançadas e exaradas pela D. Subcomissão Técnica, precisamos lembrar o que era solicitado no Instrumento Convocatório que, de forma clara e objetiva, lançou critérios objetivos para aferição da nota atribuída. Vejamos:

9.4.2 Estratégia de comunicação publicitária – apresentada sob a forma de texto, contendo no



linhas por lauda, indicando e defendendo as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município;

9.4.2.1 A estratégia de comunicação publicitária deverá conter:

9.4.2.1.1 Adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação do CONTRATANTE;

9.4.2.1.2 Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;

9.4.2.1.3 Capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação do CONTRATANTE com a sociedade.

50. Fica evidente que na justificativa dos AVALIADORES 01 e 02 esta Recorrente cumpriu com o solicitado no edital. Ambos reconheceram que esta empresa apresentou diversas opções que se desdobram positivamente para a comunicação entre a prefeitura e a sociedade. Ficou explícito também com a justificativa dos AVALIADORES 02 e 03, que esta agência cumpriu com o que preconiza o *Breafing*. Senão vejamos:

“... É importante ressaltar que, além da utilização das chamadas mídias “tradicionais”, que são o rádio, os jornais impressos e a televisão, a presente licitação também pretende usufruir dos novos elementos de comunicação trazidos pela modernidade, não só apenas pelo uso da internet, mas também pela interface com outros meios por ela disponibilizados. Por outro lado, não deverão ser utilizadas as mídias “alternativas”...”



valia em um município com as características locais...”

“...Em função dessa transformação, é necessária uma campanha institucional que massifique e consolide essa mudança dando ênfase as obras e serviços realizados em todo o município, em especial do Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul...”

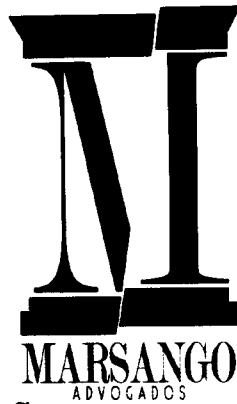
51. A alegação de que: “boa parte da divulgação já vem sendo feita pela Assessoria de Comunicação” **não é critério a ser avaliado e tão pouco deveria ser mencionado.**

52. Ora, esta é uma licitação de Publicidade e Propaganda, para atender as demandas da Assessoria de Comunicação Social do município, onde inclusive já existe uma empresa atendendo com contrato vigente há pelos menos três anos. Esta mesma agencia, em conjunto com a Assessoria de Comunicação da Prefeitura executam divulgação, por exemplo, em Rádio, Jornal, TV, Internet, Outdoor, enfim, em várias frentes de comunicação, dando pleno atendimento as demandas do município. Se o fato de a comunicação já estar sendo realizada, ou não, fosse pertinente a este processo, o objeto deste edital não deveria ser o exposto nele mesmo.

53. No mesmo sentido, o Edital deveria trazer, de forma objetiva, os serviços que já estavam/estão sendo feitos pela Municipalidade para embasar o plano de Publicidade, somente assim é que seria possível a adoção de critério objetivo que justificasse qualquer desconto na nota, evitando-se a **surpresa ora apontada.**

54. Nesse viés vejamos o objeto:

II - OBJETO

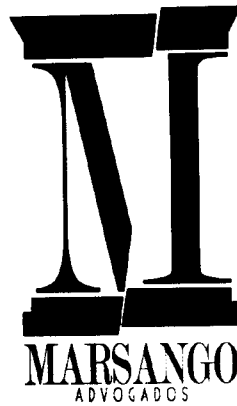


CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos, partes integrantes deste edital.

55. A alegação dos membros da Subcomissão Técnica não condiz com o que preconiza o edital, não estabelece um julgamento objetivo, deixa transparecer direcionamento no julgamento e fere novamente a isonomia deste processo. Sobretudo, ambos os julgadores reconheceram que esta empresa apresentou diversas opções que se desdobram positivamente para a comunicação entre a prefeitura e a sociedade.

56. Outro fato que causa perplexidade é o fato de que o membro de nome DIANA PRETTO, justificou a redução da nota alegando que esta empresa sugeriu: **“o uso de um jornal institucional seria de custo desnecessário”**.

57. Ora, em que pese o inegável conhecimento técnico da Avaliadora, em nenhum local do edital, nos pontos específicos referente a elaboração da estratégia de comunicação é repreendido o uso de formas alternativas de comunicação, ou seja, o **Edital não veda a utilização de jornal e tampouco contempla a Lei Municipal 15/2018 como sendo de observância obrigatória pelos Licitantes.**



58. Ao revés, como exposto anteriormente, o Breafing solicita a elaboração de alternativas diversas. Vejamos novamente o que solicitou o *Breafing*:

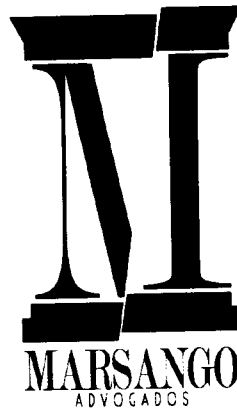
“... É importante ressaltar que, além da utilização das chamadas mídias “tradicionais”, que são o rádio, os jornais impressos e a televisão, a presente licitação também pretende usufruir dos novos elementos de comunicação trazidos pela modernidade, não só apenas pelo uso da internet, mas também pela interface com outros meios por ela disponibilizados. Por outro lado, não deverão ser aliados os chamados “pequenos meios”, principalmente os comunitários, de importante valia em um município com as características locais...” (grifei)

59. Como se não bastasse, a AVALIADORA 3 desmereceu o trabalho desta agência ao justificar que a prefeitura já utiliza o *WHATSAPP* como ferramenta de contato com a população, ignorando o fato desta agência ter cumprido com o solicitado no *Breafing* quando “a presente licitação também pretende usufruir dos novos elementos de comunicação trazidos pela modernidade, não só apenas pelo uso da internet, mas também pela interface com outros meios por ela disponibilizados”, confundindo a implantação de uma ferramenta de comunicação direta a partir da assinatura da licença do aplicativo mobile Fala Cidadão, que nada mais é que um sistema único de ouvidoria da cidade, pois contempla todas entradas via Web Site (prefeitura), aplicativo mobile e painel para quem vai até a prefeitura solicitar uma ocorrência. Tecnologia diversa ao *WHATSAPP*, que nada mais é que um APP de mensagem universal sem nenhum tipo de controle, monitoramento ou que traga qualquer outro benefício além da troca de mensagens.

60. Nesse compasso, oferecemos essa tecnologia sem depender de mecanismos de uso comum, respondendo de forma direta o que está sendo solicitado pelo edital.

61.

Ora, o que se espera do Conselho de



questos 9.4.1; 9.4.2; 9.4.3; 9.4.5; 10.1; 10.2, e do item 10.15 onde consta a metodologia que eles devem seguir em sua avaliação, evitando-se, assim, a adoção de critérios subjetivos.

62. Não seria lícito e tampouco razoável, portanto, que esta Recorrente contemple ou considere situações que não constam expressamente no instrumento convocatório, não foram esclarecidas e que tampouco fazem parte dos anexos do Edital, posto que a Licitação prima objetivamente pelo cumprimento dos requisitos expressamente previstos no edital.

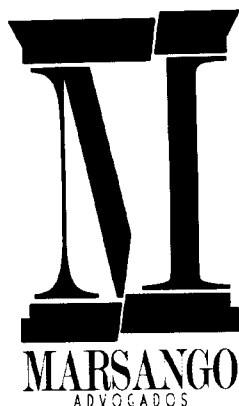
63. Logo, conclui-se que se a Licitante cumpriu estritamente com o *breafing* e o Edital é omissivo quanto à proibição de distribuição de jornais e/ou a preexistência de *whatsapp* institucional, não pode a Recorrente ser surpreendida com a **alteração subjetiva do critério de julgamento**, sob pena de violação dos princípios inerentes ao certame.

64. Agora pior que esta avaliação equivocada é quando comparamos as notas com a empresa "C". Supreendentemente, a empresa obteve a nota máxima do quesito, com elogios nas justificativas por parte da Subcomissão Técnica, mas pasmem, em sua estratégia de comunicação, a empresa **apresentou estratégias idênticas a esta Recorrente**, porém se utilizando de termos técnicos estrangeiros, para nomear as mesmas ferramentas, as mesmas táticas, o que lhe garantiu a maior nota no quesito.

65. Ora, a simples leitura dos dois Planos de Comunicação não deixam dúvidas.

66. Primeiramente vejamos as notas:

"EMPRESA C"



DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.2 – do edital	5	4	5

67. Agora vejamos as justificativas:

ITEM 9.4.2, "a1" – Apresentou uma boa estratégia para o rádio, que é o meio mais popular na região, além de contemplar todos os demais veículos.

ITEM 9.4.2, "a2" – Bem distribuída a forma da divulgação, dando ênfase para os pontos de maior efetividade na cidade, perde um ponto pelo item citado acima.

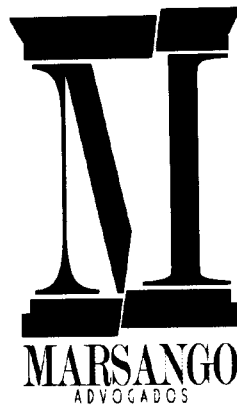
ITEM 9.4.2, "a3" – O proponente atendeu ao edital, detalhando a forma que a distribuição deve ser feita.

68. Agora vejamos o que a empresa propôs em sua estratégia:

campanha. Propomos a criação de e-mail marketing com conteúdo dirigido aos servidores municipais e veículos de imprensa, promovendo o conceito central da campanha e expondo o cronograma de obras da Prefeitura. Será reforçada a tônica de que se trata do maior pacote de obras da história do município.

Pelo meio outdoor – peça presente na Ideia Criativa -, ampliaremos a capilaridade da campanha, expondo peça expressiva e mensagem direta. A peça ficará exposta durante todo o período da campanha. Já as ferramentas não mídia reforçarão a mobilidade da mensagem. Aplicaremos adesivos com o tema da campanha no vidro traseiro de parte da frota municipal. Ônibus e carros se tornarão outdoors itinerantes. E para arrematar a estratégia de comunicação, um jornal (house organ), com 4 páginas vai concentrar as informações centrais do programa de pavimentação, trazendo imagens expressivas e listas das ruas e estradas atendidas até o momento e que ainda serão beneficiadas. Relatos dos cidadãos também serão expostos, visando demonstrar a melhoria prática na vida das pessoas. O material será entregue nas residências do município.

69. Como pode uma empresa ter sua nota reduzida por sugerir em sua estratégia novas formas de divulgação?



tradicional como o jornal institucional, e a outra oferecer a mesma coisa com termos técnicos diferenciados, e com isso obter a nota máxima?

70. Este fato é gravíssimo, contraria toda a legislação pertinente a este processo e coloca em xeque a isonomia que deveria ser uma premissa básica defendida por esta Subcomissão Técnica e pela CPL, que notoriamente ignorou importantes detalhes, atribuindo subjetividade e não se atentando ao *breafing*.

71. Ora, como pode ser um julgamento justo, se os membros da Subcomissão Técnica utilizam de critérios diversos para análise de questões idênticas, reproduzindo avaliações díspares?

72. Por óbvia tal conclusão decorre da ausência de objetividade; da notória violação ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, bem como aos princípios da igualdade e isonomia, malferindo a legislação que rege o procedimento licitatório.

ITEM 9.4.3

73. Observamos que os referidos membros desta Subcomissão Técnica aferiram as seguintes notas no quesito 9.4.3 - IDEIA CRIATIVA - a esta recorrente:

DA PONTUAÇÃO

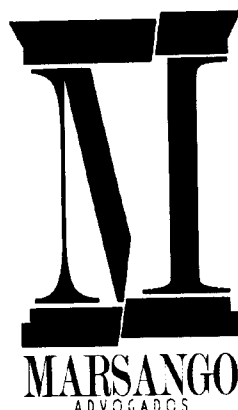
Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.3 - do edital	14	14	14

74. Com as seguintes justificativas:

ITEM 9.4.3, "a1" - Bom material gráfico. Se preocupou em buscar imagens reais da cidade de Laranjeiras do Sul.

ITEM 9.4.3, "a2" - A empresa apresentou um bom trabalho de mídias visuais, o texto para spot de rádio também ficou bem apresentado.

ITEM 9.4.3, "a3" - Interessante o material gráfico (visualização)



75. Observe-se novamente que segundo as justificativas, esta recorrente cumpriu com todos os requisitos solicitados ao item, porém, de forma paradoxal não logrou nota máxima ao quesito, conforme determina o edital e a legislação pertinente. Resta evidente que sua nota foi atribuída em um julgamento subjetivo dos membros da Subcomissão Técnica, sem qualquer vinculação com os critérios previamente estabelecidos no edital.

76. Extrai-se a nota atribuída ao concorrente que obteve a maior pontuação neste quesito:

"EMPRESA G"

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.3 – do edital	15	15	15

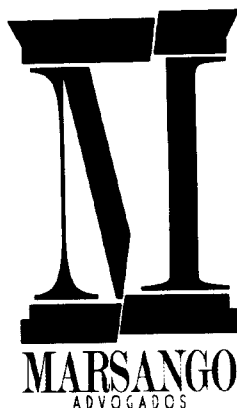
77. Extrai-se as justificativas para tais notas:

ITEM 9.4.3, "a1" – Pouco texto, com informações. Arte bem montada e conteúdo excelente.

ITEM 9.4.3, "a2" – As artes visuais foram apresentadas com muita qualidade, o tempo proposto para os spots do rádio, assim como o texto foram objetivos e dinâmicos.

ITEM 9.4.3, "a3" – Neste quesito, a arte foi muito bem elaborada com pouco texto e mais informações. Conteúdo bem objetivo.

78. Observe que ambas justificativas - dessa recorrente e da empresa denominada "G" - ratificam o cumprimento de forma inequívoca ao solicitado pelo item 9.4.3 - IDEIA CRIATIVA, do referido edital, porém as notas atribuídas ao concorrente denominado neste momento com sendo a empresa "G", obteve



79. Dando sequência a este raciocínio, observamos agora as notas da empresa denominada como sendo a letra "C". Vejamos:

"EMPRESA C"

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.3 – do edital	14	14	14

80. Agora vejamos as justificativas das referidas notas:

ITEM 9.4.3, "a1" – Apesar de bonita, apresentou alguns erros como a falta de especificação nos panfletos.

ITEM 9.4.3, "a2" – A empresa não identificou a arte destinada para o Jornal e Outdoor.

ITEM 9.4.3, "a3" – Ideia criativa adotando como título "A felicidade está morando na minha rua". Faltou a identificação se seria usada em Jornal ou Outdoor, item cobrado no edital.

81. Agora vejamos as notas atribuídas a empresa denominada de letra "H":

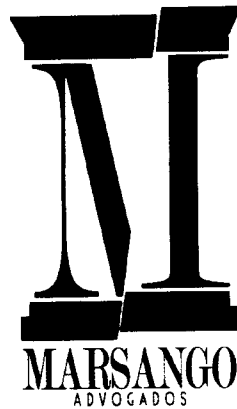
"EMPRESA H"

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.3 – do edital	14	14	14

82. Vejamos agora as justificativas:

ITEM 9.4.3, "a1" – Arte muito bem feita, com informações em 3D, apesar de texto grande.



ITEM 9.4.3, "a2" – Se utilizou bem da criatividade, o material para Jornal e Outdoor ficou bem apresentável, a ressalva notada é o texto para o Jornal que ficou um tanto quanto extenso, porém o texto para spot de rádio ficou excelente.

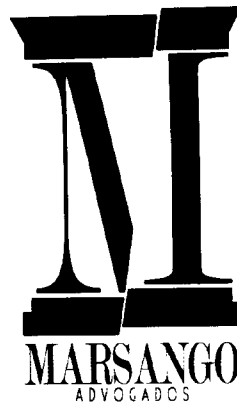
ITEM 9.4.3, "a3" – Arte muito bem produzida, com informações em 3D. Layout para outdoor, perfeito com destaque para a frase "Orgulho de ver a mudança acontecer". No entanto o Layout para anúncio de jornal ficou muito poluído. Poderia ser resumido.

83. Observamos que as empresas "C" e "H" obtiveram exatamente a mesma nota que esta recorrente (14, 14, 14), sendo que as justificativas desta recorrente foram positivas, igualmente as justificativas da empresa "G" que obteve nota (15, 15, 15). Já as justificativas das empresas "C" e "H" foram negativas, porém as notas foram iguais a dessa recorrente, provando novamente que o julgamento **não seguiu com critérios objetivos**, mas sim em uma análise subjetiva, pautada no entendimento pessoal dos avaliadores.

84. Imperioso ressaltar, portanto, que tal mecanismo, além de causar ilegal surpresa no decorrer do procedimento licitatório, quebra a isonomia e fere as regras editalícias, bem como a legislação pertinente ao processo.

ITEM 9.4.5

85. De mais a mais, de forma completamente equivocada a Subcomissão Técnica atribuiu a nota desta Recorrente relativamente ao quesito 9.4.5 - **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA** - punindo injustamente essa empresa invocando de forma errônea a lei municipal 015/2018, que: **"PROÍBE A DISTRIBUIÇÃO DE PROPAGANDAS MEDIANTE FIXAÇÃO DE PANFLETOS NA PARTE EXTERNA DE QUALQUER VEÍCULO AUTOMOTOR ESTACIONADO EM VIAS E LOGRADOUROS PÚBLICOS NO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL, COM EXCEÇÃO DE FOLHETOS E FISCALIZAÇÃO DE TRÂNSITO"**



86. De acordo com a douta Subcomissão Técnica, essa agência incorreu em erro ao apresentar em sua estratégia a distribuição de folders, cartazes, banners em lona e jornal institucional em estabelecimentos como colégios da Rede Municipal e Estadual de Ensino e outros órgãos da sociedade civil.

87. Vejamos o que está disposto na lei em questão:

A CÂMARA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL, ESTADO DO PARANÁ, APROVOU E EU, PREFEITO MUNICIPAL, SANCIONO A SEGUINTE LEI:

Art. 1º - Fica expressamente proibida a distribuição de propagandas mediante fixação de panfletos na parte externa de qualquer veículo automotor estacionado em vias e logradouros públicos no Município de Laranjeiras do Sul, com exceção de folhetos de fiscalização de trânsito (multa).

§ 1º - É expressamente proibido jogar panfletos em pátio residencial e de entradas de edifício, colocação em grades residenciais e comerciais, sendo somente permitida a entrega em caixa de correios e em mãos.

§ 2º - As empresas que não respeitarem essa norma serão multadas no valor de 10 (dez) UFM (Unidade Fiscal Municipal), havendo reincidência será dobrado o valor da multa. As infrações serão cobradas pelo Departamento de Tributação.

§ 3º - Em caso de comprovada a irregularidade, a empresa responsável pela propaganda será notificada, tendo prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da notificação para a mesma declarar o responsável pela infração. Ocorrendo as identificações, o responsável será multado em 10 (dez) UFM (Unidade Fiscal Municipal) na primeira infração. Sendo reincidente, as multas serão dobradas.

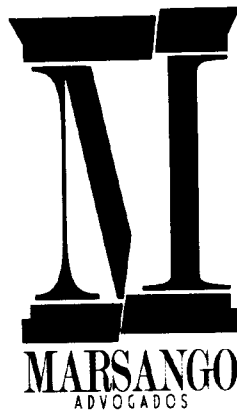
Art. 2º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito Municipal de Laranjeiras do Sul, em 15 de maio de 2018.

JONATAS FELISBERTO DA SILVA
Prefeito Municipal

Publicação, com assinatura, feita no **Jornal Correló do Povo do Paraná**
Edição nº 2897 - de 18/05/2018.

88. Agora vejamos o que foi proposto em nossa Estratégia de Mídia e Não Mídia:



Não mídia

Os folders, cartazes, banners em lona e o jornal institucional usarão o tema principal da campanha reforçando os serviços, ações e programas municipais, sobretudo os avanços estruturais que colocam Laranjeiras do Sul na condição de um micropolo regional. Este material será distribuído nas escolas municipais e estaduais, clubes de serviços (a exemplo do Rotary e Lions Club), associações de classe, no comércio em geral e nas repartições públicas. Além disso, eles serão disponibilizados em eventos promovidas no município, com o objetivo de alcançar o público-alvo prioritário.

89. Em nenhuma linha do Plano de Comunicação desta recorrente foi escrito que essa empresa pretendia “jogar” panfletos em pátio residencial ou nas entradas dos edifícios, ou ainda colar cartazes ou banners em grades residenciais e comerciais.

90. Agora vejamos as notas atribuídas a essa recorrente pela Subcomissão Técnica:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.5 – do edital	3	2	4

91. Vejamos as justificativas dos “isentos” julgadores:

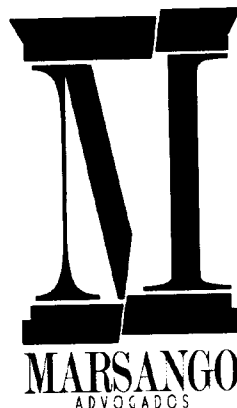
ITEM 9.4.5, “a1” – Produziu um conteúdo maior para TV. Sugeriu panfletagem, que é proibido no município.

ITEM 9.4.5, “a2” – A pesquisa apresentada neste item é de âmbito nacional, os números apresentados destoam com a realidade regional de Laranjeiras do Sul, onde o rádio ainda é o meio de comunicação mais efetivo.

ITEM 9.4.5, “a3” – Interessante a estratégia básica de mídia. No entanto, em relação a campanha “Não Mídia” em Laranjeiras do Sul existe a Lei 015/2018, que proíbe a distribuição de propaganda com exceção folhetos de fiscalização de trânsito.

92. Estranho que esse critério não foi utilizado para redução da nota da empresa “C”, que propôs a distribuição de jornal institucional, não perdão, propôs a distribuição de “HOUSE ORGAN” nas residências de Laranjeiras do Sul.

93. Consta do plano de comunicação da empresa “C”:



frota municipal. Ônibus e carros se tomarão outdoors itinerantes. E para arrematar a estratégia de comunicação **um jornal (house organ)** com 4 páginas vai concentrar as informações centrais do programa de pavimentação, trazendo imagens expressivas e listas das ruas e estradas atendidas até o momento e que ainda serão beneficiadas. Relatos dos cidadãos também serão expostos, visando demonstrar a melhoria prática na vida das pessoas. **O material será entregue nas residências do município**

94. Agora vejamos as notas da empresa "C":

EMPRESA "C"

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.5 - do edital	4	5	5

95. Agora vejamos as justificativas:

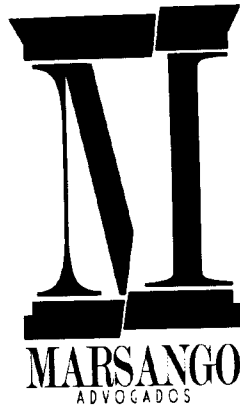
ITEM 9.4.5, "a1" – Apresentou soluções e diversas propostas, visando atingir o máximo de público possível.

ITEM 9.4.5, "a2" – Estratégia bem apresentada, texto dinâmico e objetivo, distribuição bem-feita aos meios de comunicação utilizados.

ITEM 9.4.5, "a3" – A estratégia de mídia buscou otimizar recursos em um mix entre os veículos com maior alcance de público, a partir das maiores audiências.

96. Ora, as agências deveriam formular suas estratégias pautadas no que preconiza o edital. Especificamente a este item. Vejamos o que ele pedia:

9.4.5 Estratégia de mídia e não mídia - apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação. Os textos devem seguir às orientações



ser editado em cores, ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, tamanho máximo A3, dobrado, em dobra única, para acomodar-se às dimensões do invólucro, podendo ser impressas na orientação paisagem, com numeração conforme item 9.4.

9.4.5.1 A estratégia de mídia e não mídia deverá conter:

9.4.5.1.1 Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;

9.4.5.1.2 Adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;

9.4.5.1.3 Conhecimento dos hábitos de comunicação do público alvo, adequando os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados;

9.4.5.1.4 Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

9.4.5.1.5 Economia na aplicação da verba destinada;

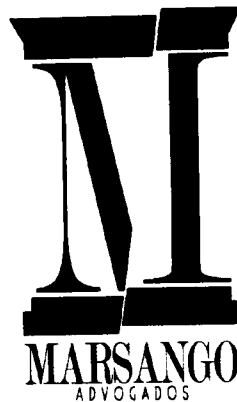
97. Para que não restam dúvidas, vejamos novamente o que os avaliadores deveriam ter se atentado ao julgarem este quesito:

15.10.3.4 Estratégia de Mídia. Nota Máxima = 5

a) adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;

b) adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;

c) conhecimento dos hábitos de comunicação do público-alvo, adequando os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados;



- e) economia na aplicação da verba destinada;
- f) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

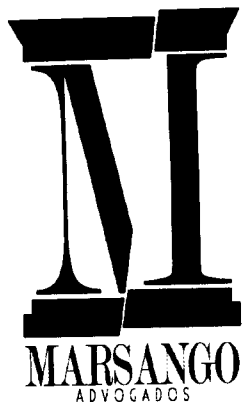
98. O que nos causa perplexidade é fato de o concorrente denominado de letra "C" ter oferecido uma estratégia semelhante, mas no seu caso, não lhe foi diminuída a nota, pelo contrário, podemos interpretar que o mesmo foi "beneficiado", pois o mesmo enfatizou em sua estratégia a distribuição de não mídia - jornais nas residências e adesivos na frota do município.

99. Ainda, destaca-se que a referida legislação é inaplicável ao caso em apreço, posto que a empresa Recorrente NÃO PROPÔS JOGAR PANFLETOS NAS VIAS PÚBLICAS OU NO PÁTIO DAS RESIDÊNCIAS!

100. A proposta apresentada pela Recorrente é completamente diversa e, como consta expressamente da proposta, seriam distribuídos (diferente de jogados em pátios) em entidades específicas de modo a dar publicidade às atividades institucionais da administração, observando-se, assim o princípio da transparência/publicidade, um dos pilares da administração pública e alçado a nível constitucional conforme previsão do art. 37, da CF/88⁷.

101. Outro fato que nos chama atenção é que em seu referencial teórico a empresa traz dados de uma pesquisa de hábitos de consumo de mídia, porém sem citar a fonte. O que é intrigante, é que os dados são semelhantes, porém a subcomissão desmereceu o levantamento feito por essa recorrente, alegando que essa o pautou em pesquisa de âmbito nacional, já na justificativa da referida empresa enalteceu os dados, sugerindo que eles foram resultado de

⁷ Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios...



uma pesquisa local, o que pasmem, não é verdade e não foi comprovado.

102. Esse ponto não foi definido como critério de julgamento e é fruto exclusivo da subjetividade. Vejamos o que a empresa "C" detalhou em seu Plano de Comunicação a respeito:

Hábitos de consumo

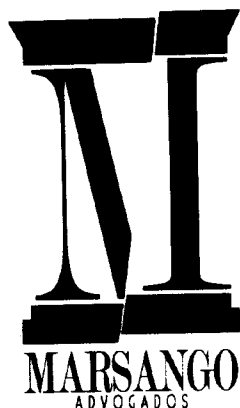
O primeiro passo para uma estratégia bem-sucedida é entender o público-alvo. Para isso, desenvolvemos diversas análises observando os filtros estatísticos usados tecnicamente: sexo, classe socioeconômica, idade, grau de instrução/escolaridade e ocupação, além da afinidade das programações e locais de contato com os públicos, bem como as suas dinâmicas de consumo. Assim chegamos a um corte central. População geral: homens e mulheres, das classes sociais A, B, C, D, E com idade superior a 16 anos. A análise comportamental referente ao consumo de mídia será descrita nos gráficos a seguir. A seleção dos meios ocorreu considerando a relevância técnica dos canais conforme segue:

Televisão

Meio de maior penetração, com índice de 80%, sendo 74% AB e 83% C e 87% DE. Com excelente cobertura geográfica, a televisão exerce um papel importante na sociedade, introduzindo hábitos e influenciando a linguagem. Pela sua abrangência e por influenciar o comportamento das pessoas, a televisão foi considerada um meio de grande impacto na estratégia da campanha.

103. Esse não era critério a ser avaliado no quesito. Ainda em relação a estratégia da referida agência, a mesma sugere a implementação de um jornal "HOUSE ORGAN", que em tradução literal significa "órgão da casa", ou seja, um JORNAL INSTITUCIONAL. Pasmem, senhores, o mesmo será distribuído nas residências de Laranjeiras do Sul. Porém essa empresa não sofreu nenhuma retaliação por parte da Subcomissão Técnica, pelo contrário, sua estratégia foi enaltecida, mesmo que não tenha seguido a integralidade do que pedia o Briefing: "... É importante ressaltar que, além da utilização das chamadas mídias "tradicionais", que são o rádio, os jornais impressos e a televisão, a presente licitação também pretende usufruir dos novos elementos de comunicação trazidos pela modernidade...

104. Também Observamos que em sua estratégia a empresa não previu a distribuição de mídia na Rádio Comunitária São Francisco, emissora local de grande apelo social, item observado



ser aliçados os chamados "pequenos meios", principalmente os comunitários, de importante valia em um município com as características locais..."

105. Mas vejamos o que ele propôs:

Rádio (Quadro A1)

Selecionamos as emissoras: Campo Aberto, Educadora, Líder Sul, Rádio T, Rádio Massa, 92 FM e Rádio Cultura Sul, que apresentam melhor qualificação e audiência para a campanha, seguindo como base o mapa apresentado em anexo. A programação é composta por spot 30" e permanece durante toda a campanha com frequência ótima. Também aplicaremos duas inserções em cada edição do Programa Institucional da Prefeitura. A distribuição adotada permite a otimização do investimento, totalizando 884 inserções. Investimento total: R\$ 146.909,00.

106. E mesmo com todas essas questões, a referida empresa obteve nota superior a essa recorrente. O que caracteriza novamente uma avaliação subjetiva, o que quebra inquestionavelmente com a isonomia da avaliação. Vejamos as notas da referida empresa:

DA PONTUAÇÃO

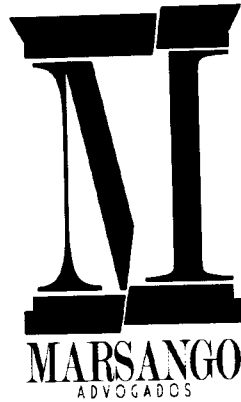
Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.5 - do edital	4	5	5

107. Ainda nesse quesito, precisamos comprar a nota dessa recorrente com a nota atribuída a empresa denominada com a letra "F". Essa, obteve melhor nota sob a justificativa de ter economizado os recursos disponíveis. Ocorre que a mesma não seguiu o que preconiza o Breafing, e tão pouco o edital, como a própria subcomissão técnica observou. Vejamos a suas notas:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.5 - do edital	5	5	4

108. Vejamos as suas justificativas:



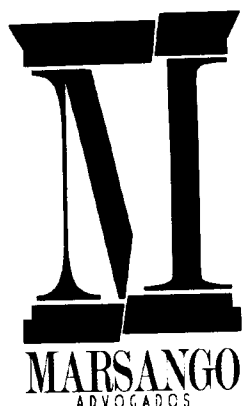
ITEM 9.4.5, "a1" – Não mencionou todas as mídias, mas propôs novas ideias que podem ser adaptadas ao dia a dia, com baixo custo.

ITEM 9.4.5, "a2" – A empresa demonstra cuidados com a economia dos recursos, investindo de maneira coerente nos meios de comunicação utilizados para a campanha.

ITEM 9.4.5, "a3" – Apesar de faltar alguns veículos de comunicação, a empresa distribuiu muito bem os recursos, e principalmente, se adaptando ao dia a dia, com um custo baixo.

109. Ocorre que, como já relatado anteriormente, o *Breafing* solicita a utilização de todas as mídias possíveis, inclusive com a sugestão de novas tecnologias para que o problema de comunicação proposto seja resolvido através da estratégia das empresas concorrentes. No caso da empresa denominada com a letra "F", a mesma se limitou a produzir uma estratégia pautada apenas na distribuição de mídia eletrônica, mídia impressa e mídia exterior solicitadas no item 9.4.4 - IDEIA CRIATIVA. Ocorre que as peças ali solicitadas se referem aos exemplos de peças publicitárias, correspondendo à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicados na estratégia de comunicação publicitária. A Subcomissão Técnica não pode atribuir maior nota a empresa sob justificativa de economicidade dos recursos, quando no *Breafing* nos é solicitado a intensificação dos meios tradicionais e comunitários de mídia além da implementação de novas ferramentas de comunicação. A economicidade a ser avaliada é sob a forma de distribuição desses recursos entre os veículos propostos no Plano de Mídia. Apresentar proposta com menos veículos, menos inserções e menos ferramentas de comunicação torna óbvio que nela haverá sobra de recursos. Não é esse o critério que o próprio edital solicita como sendo proposta de economicidade de recursos e item avaliado.

110. Avaliar com melhor proposta um plano de mídia que se restringiu a distribuir mídia apenas ao que estava exposto no Item 9.4.4, quebra novamente a isonomia do processo avaliativo.



oficial que as peças a serem consideradas na Estratégia de Mídia e Não Mídia deveriam ser as mesmas solicitadas no item 9.4.4 e não o que está explícito no Breafing.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

111. Seguindo com os questionamentos referentes as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, diante do atendimento integral dos requisitos previstos no edital e da honrosa demonstração de capacidade e qualidade da Agência recorrente, não é mais que justo e coerente atribuir a pontuação máxima aos quesitos ora questionados, o que não ocorreu.

112. Observa-se que por mais que atendido os requisitos editalícios, os membros da Subcomissão Técnica não atribuíram a nota que a Agência recorrente faz jus, não sendo coerente entre a nota atribuída, as justificativas apresentadas com o que solicitou os itens 10.1 e 10.2 do edital.

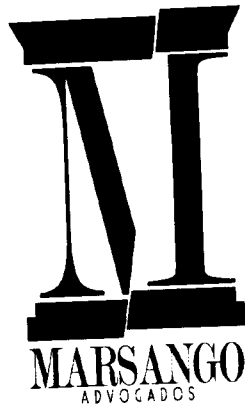
113. Uma vez atendido o edital licitatório, o julgamento e atribuição de nota deve se dar de forma objetiva, ou seja, em estrita observância ao que foi requerido/previsto no Edital e não embasado na subjetividade dos membros da Subcomissão Técnica.

114. Primeiramente vejamos a metodologia que deveria ter sido adotada pela Subcomissão Técnica para avaliar a Capacidade de Atendimento das agências concorrentes nesse certame licitatório:

15.10.4 Capacidade de Atendimento. Nota Máxima = 35

a) adequação da qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da CONTRATANTE = 10

b) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações



serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia = 5

c) Qualidade técnica, criatividade e pertinência da solução criativa do portfólio apresentado = 15

d) Similaridade dos clientes apresentados com o contratante = 5

115. Agora vamos analisar o primeiro quesito solicitado pelo edital - Item 10.1.1:

10.1 A Capacidade de Atendimento será composta dos seguintes quesitos, devendo os documentos:

10.1.1 Currículo resumido máximo de 5 linhas, com a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição do CONTRATANTE, pelo menos um de cada setor: direção de arte, redação, arte finalista, mídia, produção e atendimento, podendo ser acumuladas funções, comprovando as funções exercidas do vínculo empregatício (quer seja por registro em carteira de trabalho ou contrato de trabalho) com a empresa participante do certame licitatório, ou contrato de terceirização com empresa que disponha de tais profissionais (devendo neste caso apresentar o contrato e a qualificação dos profissionais com vínculo com a empresa terceirizada) ou ainda por composição do quadro social da licitante, em cópias autenticadas;



116. Vejamos o que a empresa apresentou:

— NOSSA EQUIPE —



**Diogo
Tamolo**

PRODUÇÃO

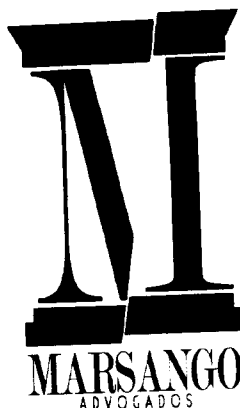
Formado em Comunicação Social (UNIPAR), com experiência de 18 anos na área de Publicidade e Jornalismo. Atuou como assessor de imprensa do Núcleo Regional da Educação de Cascavel por 2 anos e como Diretor de Comunicação da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNOESTE) por 8 anos. Atualmente, cursa MBA em Gestão de Marketing.



**Heloísa P.
Pinto**

REDAÇÃO

Graduada em Jornalismo (UNIVEL), com cursos na área de produção textual, gramática, produção editorial e marketing. Possui experiência em produção de conteúdo para mídia impressa, eletrônica e online, assessoria de imprensa. Trabalhou como assistente editorial na NãCon Concursos Públicos (Cascavel), na área de jornalismo no jornal Folha do Xagu (Laranjeiras do Sul) e na Assessoria de Comunicação Social da UNOESTE.



NOSSA EQUIPE



**Ana Caroline
K. Schimanko**

MÍDIA E ATENDIMENTO

Graduada em Sistemas de Informação (UNIFAR), com cursos na área de administração pública e licitações. Possui experiência em atendimento ao cliente, elaboração de planos de mídia, veículos de comunicação e na diretoria de compras e licitações da UNIOESTE.



**Hellen C.
Paganotto**

ARTE FINALISTA

Acadêmica do 3º ano de Letras Português/Italiano (UNIOESTE), com cursos de produção textual, gramática e escrita criativa. Possui experiência como professora na área de Língua Portuguesa, com criação de textos e em produção de conteúdo para mídias sociais.



**Natália Zúliga
Markewicz**

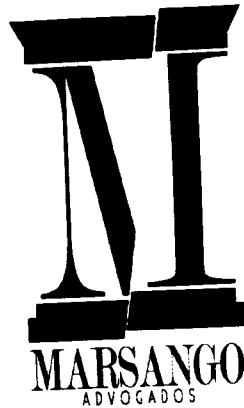
DIREÇÃO DE ARTE

Acadêmica do 4º ano de Publicidade (FAG) e 4º ano de Letras Português/Inglês (UNIOESTE), com cursos nas áreas de Design Gráfico, pacote Adobe e fotografia. Possui experiência em criação para mídias sociais, produção de materiais audiovisuais e fotografia, além de conhecimento em produção gráfica, plataforma Windows e Mac IOS.

117. Foram apresentados cinco profissionais formalmente registrados, sendo quatro deles em regime CLT, e apenas um em regime de estágio. O que cumpriu de forma categórica o solicitado pelo edital. Vejamos o que foi solicitado pelo item:

Currículo resumido máximo de 5 linhas - (OK)

Qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição - (OK)



Pelo menos um de cada setor, podendo ser acumuladas funções - (OK)

Comprovando as funções exercidas do vínculo empregatício - (OK)

118. Agora vejamos a nota atribuída pela Subcomissão Técnica:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 - do edital	8	7	8

119. Agora vejamos as justificativas:

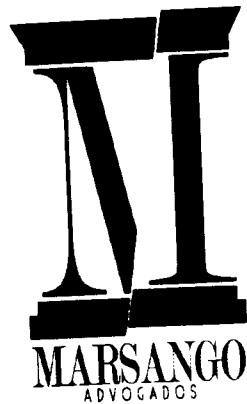
ITEM 10.3.2.1, "a1" – Não possui um funcionário para cada setor, exigido pelo edital.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa apresentou um bom número de pessoas em sua equipe, porém na relação apresentada conta com um número considerável de estagiários, sendo assim os mesmos não possuem experiência comprovada na área de atuação.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Apresentação da qualificação de alguns profissionais feita de forma superficial. Em alguns setores somente estagiários enquanto que as demais empresas, todos profissionais com experiência.

120. Resta evidente a incoerência das justificativas com o que foi apresentado pela empresa. A falta de responsabilidade com o julgamento objetivo vai além do razoável, pois a Subcomissão Técnica ignorou completamente o que estava sendo solicitado pelo edital, fazendo julgamento pautado na opinião própria dos julgadores, o que caracteriza análise subjetiva do item, contrariado as regras editalícias e a legislação pertinente, e claro, prejudicando esta recorrente.

121. Nas justificativas de algumas empresas, a Subcomissão Técnica enalteceu o número expressivo de profissionais apresentados. O que nos causa perplexidade é que o



44
02

empresas. Está bem claro que era para apresentar apenas os **profissionais que serão colocados à disposição da prefeitura**, caso a empresa vença a certame. Logo o critério objetivo a ser avaliado era o cumprimento ou não do item. E como segurança para a municipalidade, os cinco profissionais que devem ser colocados à disposição devem ter vínculo comprovado com a agência. Não é o quadro total ou o porte da agência que estava sob análise, mas sim o cumprimento ou não do quesito. Qualquer avaliação contraria a essa, quebra a isonomia do processo, podendo ser inclusive interpretado como direcionamento de licitação, caso se avalie um quadro funcional superior aos cinco funcionários que edital solicitou. Se era para apresentar todo o quadro, ou ainda se um número superior de funcionários registrados valesse nota, deveria estar explícito no edital, o que não corresponde com a verdade.

122. Outra incoerência anotada nas justificativas foi o fato do AVALIADOR 03 ter descontado nota alegando que esta recorrente apresentou muitos estagiários na equipe, o que não foi verdade. Dentre a equipe que será colocada à disposição da Prefeitura, consta apenas uma estagiaria. Em nenhuma página do edital, ou linha no item 10.1.1 ou no item 15.10.4 consta qualquer ressalva ao fato de se contar com estagiários na equipe técnica. Mais uma vez fica evidenciado o julgamento subjetivo, contrariando a legislação e quebrando a isonomia desse processo avaliativo.

123. Agora vamos analisar o segundo quesito solicitado no Item 10.1.2:

10.1 A Capacidade de Atendimento será composta dos seguintes quesitos, devendo os documentos:

(...)

10.1.2 Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para



a criação da campanha e elaboração do plano de mídia;

124. Em nossa sistemática enfatizamos que durante a execução do contrato um profissional ficara à disposição da prefeitura em tempo integral. Esse profissional será o elo entre a agência e a Assessoria de Comunicação, dando fluxo as demandas diárias que toda a equipe deve dar conta, conforme o solicitado pelo edital, pelo *Breafing* e pelo o que espera a administração com a contratação de uma agência de publicidade. Tal item agradou os avaliadores, sendo inclusive um diferencial entre as agências, o que neste caso é permitido pelo próprio edital, que pede: "...sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia..."

125. A agência apresentou o seguinte texto em seu portfólio:

EXCLUSIVIDADE

Para facilitar o atendimento e estar sempre disponível à Prefeitura, disponibilizamos um profissional em tempo integral.

Além do profissional exclusivo para atendimento, é válido ressaltar que a DudaCom coloca à disposição da prefeitura toda a equipe de profissionais altamente qualificados que atenderão às necessidades da instituição.

126. Porém, o AVALIADOR 02 diminuiu a nota desta recorrente com a justificativa de que a "agência estaria propondo apenas um profissional para atendimento a prefeitura", o que não é verdade.

127. Vejamos as notas:

DA PONTUAÇÃO



10.3.2.2 – do edital	5	4	5
----------------------	---	---	---

128. Agora vejamos as justificativas:

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Propõe uma relação profissional, com um funcionário em tempo integral disponível à Prefeitura.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – A ideia de disponibilizar um profissional com dedicação exclusiva para atender a contratante é ótima, mas talvez apenas um profissional possa não dar conta da demanda. O prazo de resposta para a entrega dos materiais está a contento.

ITEM 10.3.2.2, "a3" – Relatos consistentes, com planejamento para solucionar o problema colocando funcionário em tempo integral para atender o cliente.

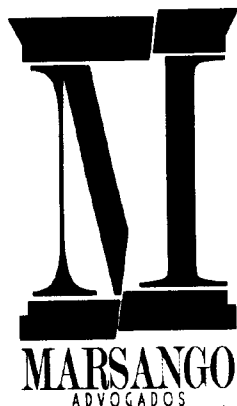
129. Esta mesma AVALIADORA, deu nota máxima a empresa **Olé Comunicação** neste quesito, alegando que a mesma apresentou "prazos agradáveis para a entrega de matérias".

130. Outro item a ser avaliado neste quesito, se refere aos prazos "**a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia**". O corre que a nota atribuída a essa recorrente foi novamente prejudicada em detrimento de seus concorrentes, que inclusive ofereceram, prazos mais dilatados para o cumprimento das demandas, enquanto essa recorrente apresentou prazos mais curtos, comprovando sua capacidade de resposta imediata as demandas solicitadas pela Assessoria de Comunicação desta municipalidade. Porém, sua nota foi inferior por exemplo ao da empresa **Olé Comunicação** neste quesito, alegando os doutos avaliadores que a mesma apresentou "**prazos agradáveis para a entrega de matérias**".

131. Vejamos a nota deste quesito da **Olé Comunicação**:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.2 – do edital	5	5	5



ITEM 10.3.2.2, "a1" - Prazo para campanhas, peças e planos de mídia rápidos e com qualidade, facilitando o trabalho da Secretaria de Comunicação.

ITEM 10.3.2.2, "a2" - As estratégias de atendimento, bem como os prazos para a entrega dos materiais são agradáveis.

ITEM 10.3.2.2, "a3" - Sistemática de atendimento convencional com oferta adequada de pacote de informações de pesquisas facilitando o trabalho da secretaria de comunicação.

133. Agora vejamos os prazos que a Olé Comunicação Apresentou:

Prazos

Conforme este edital e, em condições normais de trabalho, a agência estabelece os seguintes prazos, em dias úteis, a contar da data de entrada do pedido de trabalho:

	Prazo Normal	Prazos Emergenciais
CAMPANHA	3 dias	2 dias
PEÇA AVULSA	2 dias	1 dia
PLANO DE MÍDIA	2 dias	1 dia

Quanto as reservas, recomendamos o envio das autorizações com pelo menos 20 dias de antecedência com relação a data de início das veiculações.

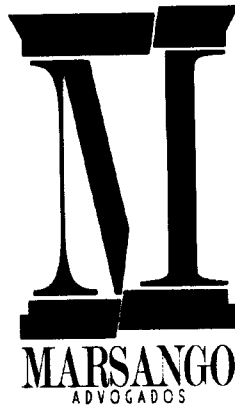
É importante salientar que a Olé está preparada e capacitada com estruturas em todas as áreas para atender qualquer solicitação de trabalhos em caráter de prazos emergenciais.

134. Não encontramos em nenhum local do edital esse critério avaliativo adotado pela Subcomissão Técnica, onde foi considerado: "prazos agradáveis para a entrega de matérias". Vejamos novamente o que o edital determina:

15.10.4 Capacidade de Atendimento. Nota Máxima = 35

(...)

b) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para



a criação da campanha e elaboração do plano de mídia = 5

(...)

135. Para a empresa Casa da Comunicação a nota da Subcomissão Técnica também foi o máximo do quesito, com a justificativa de bons prazos, vejamos:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.2 – do edital	5	5	5

136. Vejamos as justificativas:

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Propõe um grupo de atendimento exclusivo, composto pelo tripé de departamentos – Atendimento, Mídia e Criação.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – A proposta apresentada é boa, tempo de resposta atende a expectativa.

ITEM 10.3.2.2, "a3" – Instalações e infraestrutura adequadas atendendo o edital, propondo à prefeitura um atendimento exclusivo, com prazo pequeno de entrega dos produtos.

137. Agora vejamos os prazos propostos:

PRAZOS

Com relação ao atendimento dos pedidos de criação e elaboração de plano de mídia em condições normais, discriminamos abaixo os prazos básicos a serem considerados:

- Criação de peças avulsas: 2 dias, considerando o briefing/contrabriefing – um dia; e desenvolvimento criativo – um dia;
- Criação de campanhas: 5 dias, considerando o briefing/contrabriefing – um dia; e desenvolvimento criativo – 4 dias;
- Planos de mídia: 2 dias, considerando reunião de briefing, desenvolvimento de estratégia, levantamento de custos e finalização da apresentação ao cliente. Quanto às

138. O mesmo critério foi utilizado pela Subcomissão Técnica para atribuir nota máxima a empresa Casa da Comunicação.

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.2 - do edital	5	5	5

139. Agora vejamos as justificativas:

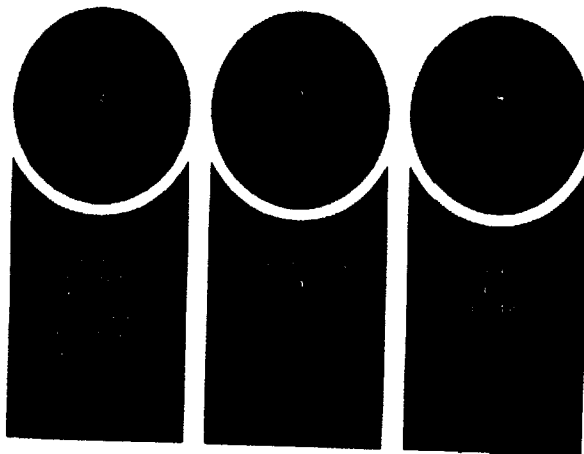
ITEM 10.3.2.2, "a1" - Utilizam meios que facilitam a troca de informações internas e externas com os clientes.

ITEM 10.3.2.2, "a2" - Os prazos apresentados para os trabalhos, são satisfatórios, os meios para interação com a contratante parecem ser bem elaborados.

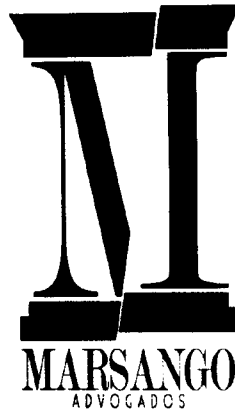
ITEM 10.3.2.2, "a3" - Sistema de atendimento convencional. Oferta adequada de pacote de informações para o bom atendimento do cliente. Instalações e infraestrutura adequada.

140. Agora vejamos os prazos propostos:

NOSSOS
PRAZOS?



141. Como o julgamento deveria ser objetivo, bastava que a empresa cumprisse com o que está preconizado no edital, para



inclusive podendo comparar o que foi proposto pelas suas concorrentes, mas segundo a AVALIADORA 02 esta recorrente não mereceu a nota máxima neste quesito, provando mais uma vez que o julgamento não foi objetivo e sequer seguiu a metodologia exposta no edital. Apenas para que não haja dúvidas ao exposto, segue os prazos que esta recorrente propôs cumprir em sua Capacidade de Atendimento. Vejamos:

CONDIÇÕES NORMAIS
1 DIA

CRIAÇÃO DE PEÇA AVULSA
1 DIA

CRIAÇÃO DE CAMPANHA
2 DIAS

PLANO DE MÍDIA
2 DIAS

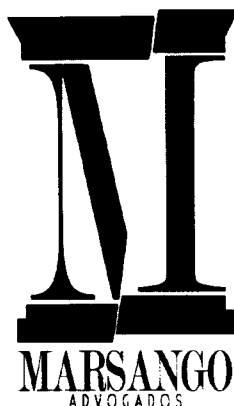
142.
Item 10.2:

Agora vamos analisar os quesitos solicitados no

Vejamos o que o edital solicitou as empresas:

10.2.2 Coleção de anúncios (provas) ou peças impressas produzidas sob supervisão da Agência. Essas peças deverão totalizar no máximo três (03), com ficha técnica;

10.2.3 Três (03) peça para rádio, apresentadas em CD produzidas sob supervisão da Agência;



indicação, em separado com as respectivas fichas técnicas;

10.2.4 Descrição concisa de até três (03) dos trabalhos (case histories) desenvolvidos pela Agência;

10.2.5 Relação de clientes atualmente atendidos pela proponente.

143. Vejamos as notas atribuídas a esta recorrente:

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.3 – do edital	13	10	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	4

144. Agora vejamos as justificativas:

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Anúncios de qualidade intermediária. Cumpriu com o proposto pelo edital.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – O material está abaixo do esperado, deixa a desejar nas mídias impressas e no material para o rádio.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Porém sem muita originalidade.

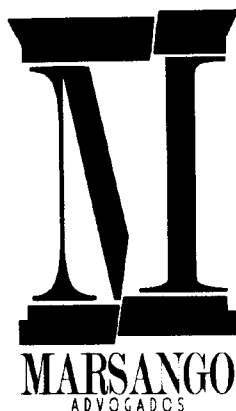
ITEM 10.3.2.4, "a1" – Pequena relação de clientes, porém com qualidade.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Baixa representatividade na relação de clientes apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Maioria dos clientes de porte médio e atuação regional. Apesar da qualidade número pequeno de clientes.

145. Agora vejamos a metodologia de avaliação que a Subcomissão deveria ter seguido:

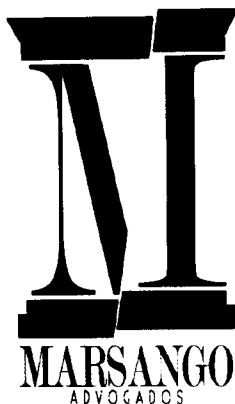
15.10.4 Capacidade de Atendimento. Nota Máxima = 35



- c) Qualidade técnica, criatividade e pertinência da solução criativa do portfólio apresentado = 15 pontos
- d) Similaridade dos clientes apresentados com o contratante = 5 pontos

146. Observamos que os AVALIADORES 01 e 03 avaliaram o que se pediu no edital, bem como a Qualidade Técnica e a criatividade, embora a qualidade técnica estivesse impossibilitada de ser avaliada devido a forma com que o edital solicitou a apresentação, pois as peças não poderiam ser apresentadas em formatos finalizados. No caso da DudaCom, as peças apresentadas foram executas e aprovadas por órgão público idêntico a Prefeitura de Laranjeiras do Sul, no caso os municípios de Guaraniaçu e Maripá (Anexo I e II), além do órgão de imprensa onde os materiais foram divulgados (Anexo III, IV e V e VI). Ou seja, o material cumpriu com o solicitado pelo Breafing. O que deveria ter sido julgado, segundo a metodologia do edital, é o estrito cumprimento, ou não, do item em questão. O que essa recorrente o fez de forma inequívoca. E para que não restem dúvidas ao exposto, seguem anexos os atestados de capacidade técnica emitidos pelos clientes e fornecedores de mídia desta recorrente.

147. Novamente fica evidenciado que a análise foi subjetiva, pautada exclusivamente na opinião individual dos avaliadores, em detrimento do que preconiza o edital, onde o que deveria ter sido avaliado objetivamente era a SIMILARIDADE dos clientes com esta municipalidade, a originalidade das peças em questão e se a empresa cumpriu ou não com o solicitado pelo edital. Foram apresentados dois órgãos públicos na relação de clientes, sendo duas prefeituras, além de duas organizações da sociedade cível organizada, e empresas do setor privado, o que comprova o cumprimento do solicitado pelo quesito, e deveria garantir a nota máxima.



particular dos doutos julgadores. Ao contrário desta premissa, este processo fica comprometido com vícios que ferem a legislação pertinente e a isonomia entre os concorrentes. Fato que caso não seja corrigido será comunicado as autoridades competentes como o Ministério Público do Paraná através de notícia crime solicitando a verificação de possível direcionamento indevido de licitação.

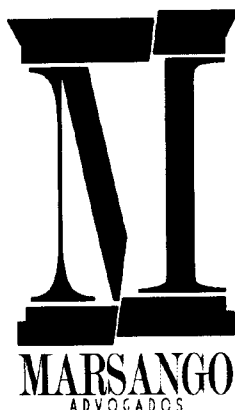
148. O uso de garantias Constitucionais de defesa administrativa, da ampla defesa, do contraditório, do acesso ao Poder Judiciário, de petição e dentre outros é uma prerrogativa legal, que não afasta o direito da recorrente de tomar as medidas que entender pertinente contra o município.

149. É imperioso ressaltar que a Administração Pública não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada. Sendo a licitação, em qualquer umas das modalidades, ato convocatório, que tem como objetivo resguardar atos escusos, evitando fraudes e exageros no gasto com o erário público.

150. Assim sendo, as decisões tomadas devem respeitar TODOS os requisitos e exigências postas no ato convocatório, sob pena de trazer insegurança jurídica para os participantes. Relevante ressaltar que, por outro lado, em que pese tal entendimento, é dever do estado em aplicar a lei e não em descumpri-la. Ou seja, não cabe ao ente público descumprir com os termos postos na LEI 8.666/93 e/ou 12.232/2010.

151. Nessa linha de raciocínio, admitir que a Administração não se obrigue a cumprir com o que está explicitamente disposto no edital significa, em outras palavras, **desrespeitar ou fulminar claramente com o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.**

152. A propósito, **qualquer valoração, além do expressamente disposto**



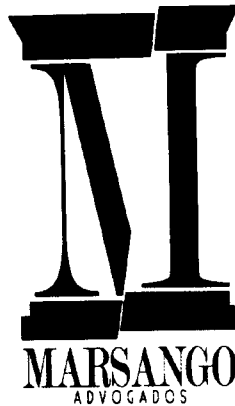
objetivo, atribuindo-lhe conotação flagrantemente subjetiva e ilegal.

153. Esse princípio - julgamento objetivo - significa que o administrador deve observar critérios objetivos definidos no ato convocatório para o julgamento das propostas. Afasta a possibilidade de o julgador utilizar-se de fatores subjetivos ou de critérios não previstos no ato convocatório, mesmo que em benefício da própria Administração.

154. Para que haja um julgamento objetivo, o parâmetro de aplicabilidade também deverá o ser. Assim, a exigência de clareza e a objetividade das regras editalícias possuem natureza constitucional, logo, aplicável ao legislador e ao administrador.

155. O art. 3º da Lei Geral estabelece que a licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e **julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade**, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do **julgamento objetivo** e dos que lhes são correlatos.

156. Os artigos 44 e 45 da Lei nº 8.666/93 reforçam a regra do art. 3º, quanto a **exigência de um julgamento baseado em critérios objetivos**. Dessa forma, no julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos pela Constituição, pela Lei nº 8666/93 e demais leis. Assegura, ainda, que o julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório.



com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle.

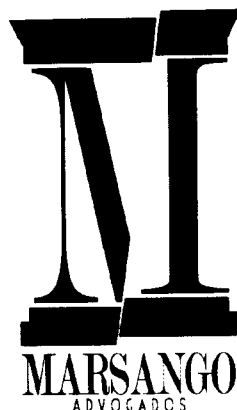
157. Não olvidemos: os fatores de julgamento estabelecidos no Edital devem observar os princípios legais e constitucionais, por isso, ainda que se fale em critérios de julgamento objetivos exclusivamente estabelecidos no ato convocatório, esses de nada valerão se ferir os princípios norteadores do certame.

158. Quando a lei diz que os critérios de julgamento serão os exclusivamente restritos no Edital que dizer que a Administração não poderá cobrar do licitante qualquer qualificação que nele não esteja inserido e, desde que a exigência tenha nexos relacionais com o objeto da contratação. Além disso, deve ser aferível, em regra, de pronto.

159. Como consequência do julgamento objetivo, o ato convocatório deverá estabelecer critérios objetivos não só para o julgamento das propostas, mas para todas as fases do certame. Nesse quesito, verifica-se que o Edital é claro ao prescrever a forma de avaliação e valoração das propostas, não podendo a subcomissão se afastar de seus ditames.

160. A objetividade é corolária da impessoalidade, legalidade, isonomia, proporcionalidade, dentre outros princípios. Por isso que, ferir a objetividade, além de ferir diretamente tal princípio, também fere, de forma direta ou reflexa princípios outros da licitação, prejudicando a competitividade.

161. Ora, aos licitantes é assegurado o conhecimento prévio dos critérios que serão utilizados para o julgamento das propostas, critérios esses que deverão ser claros e objetivos. Opinamos que critério de julgamento que não seja objetivo e claro e que dê margem a juízo valorativo, ferindo a competitividade, deve ser considerado nulo. Critério objetivo não é considerado



defendem alguns. Proposta mais vantajosa é aquela que atende ao interesse público e segue à risca as determinações legais previstas.

162. Trata-se, portanto, de limitação da atuação administrativa, corroborando com a competitividade e com a vinculação ao Edital, princípios que norteiam o certame.

163. Resumindo, o administrador deve observar critérios objetivos definidos no ato convocatório e conforme as exigências constitucionais e legais para julgamento da documentação e das propostas. Afasta-se a possibilidade de o julgador utilizar-se de fatores subjetivos ou de critérios não previstos no instrumento de convocação. Afasta-se, também, a aplicação de critérios ilegais ou inconstitucionais, ainda que expressos no ato convocatório. A autoridade não pode excluir os princípios e preceitos legais e constitucionais sob o fundamento de observância do Edital.

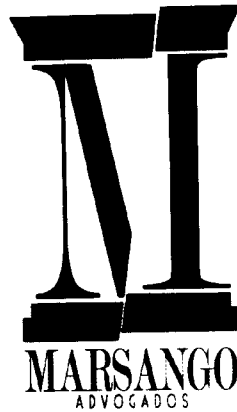
164. Conforme o Tribunal de Contas da União, a violação dos princípios básicos como o do julgamento objetivo constitui vício insanável. Os critérios objetivos utilizados pelo certame para o julgamento deverão estar sempre respaldados nas leis. Tal afirmativa deve-se ao fato de que a Administração só pode fazer o que a lei determina, e que a obrigatoriedade de fazer ou não fazer algo somente poderá derivar de norma legitimada, ou seja, que passe pelo crivo do Poder Legislativo. Nesse sentido:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. MANDADO DE SEGURANÇA. PRELIMINARES REJEITADAS. MÉRITO. LICITAÇÃO. O APELADO NÃO ESTAVA CORRETAMENTE CREDENCIADO PARA PARTICIPAR DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO, EM FACE À IRREGULARIDADE



CONHECIDO E PROVIDO À UNANIMIDADE. 1 - O agravado foi descredenciado pela Comissão de Licitação a participar do certame dando lances pela Comissão de Licitação, haja vista que este apresentou procuração assinada por apenas um dos sócios, contrariando o que dispõe a cláusula sexta do seu próprio Estatuto Social, que determina que a administração e gerência da sociedade serão exercidas indistintamente por ambos os sócios, que praticarão, sempre em conjunto e solidariamente, os atos necessários à representação judicial e extrajudicial da mesma, para contrair obrigações de valor igual ou superior à R\$ 500,00 (quinhentos reais). 2 - Em obediência ao que dispõe o princípio da legalidade, da igualdade, da vinculação ao instrumento convocatório e do princípio do julgamento objetivo, **é forçoso reconhecer que as regras traçadas no procedimento licitatório devem se ater ao que lei e o edital impõem.** Assim, pelo princípio da adjudicação compulsória, o qual obriga a administração pública a contratar com o legítimo vencedor da licitação, merece ser provido o mérito recursal. (TJPA - AgIn 2009. 3004072-6 - j. 19/10/2009 - julgado por Claudio Augusto Montalvão das Neves - Área do Direito: Administrativo)

165. Denota-se que a Recorrente teve o cuidado de fundamentalmente apresentar sua proposta técnica, seguindo os ditames estabelecidos no Edital e na legislação Federal e, em sendo a licitação um ato formal, não há como justificar tratamento diferenciado, sob pena de quebra ao princípio da isonomia.



cumprimento de seus dizeres, não podendo os participantes ou a Administração ignorar a regra ali prevista, sob pena de transformar o Edital em letra morta, além de criar incertezas às demais empresas que buscaram adequar a proposta aos termos pré-estabelecidos e à tantas outras que deixaram de participar do certame por não poder cumpri-los.

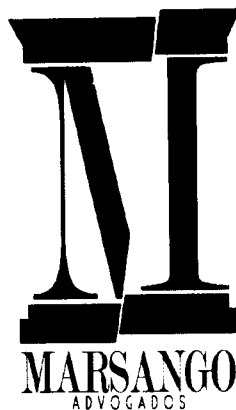
167. Ora, os participantes e tampouco a Administração pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada (art. 41, Lei 8666/93). Nesse sentido:

Art. 3º. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

168. Em remate, prevê o art. 44 da Lei 8666/93:

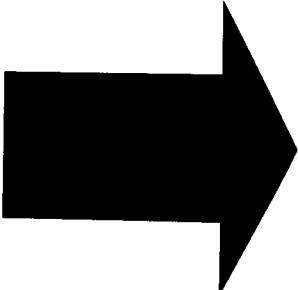
Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

169. Ora, a Administração e os licitantes não podem descumprir as normas e as condições do edital ao qual se acham estritamente vinculados.

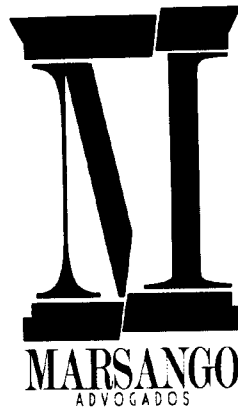


"A parte final do inciso XXI expressamente previu que o processo licitatório deve servir para verificação das qualidades técnicas e econômicas do licitante. Não é difícil entender o porquê dessa previsão. Basta lembrar que os contratos administrativos envolvem o dispêndio de recursos públicos e destinam-se a obter prestações de interesse público, recursos e interesses estes que não podem ser colocados em risco. Logo, ao escolher seu parceiro contratual, a quem vai entregar dinheiro público e confiar a persecução do bem público, o Poder Público pode - e deve - formular exigências destinadas a obter excelente garantia de que o contratado está apto, tanto técnica como economicamente, a cumprir o avençado.

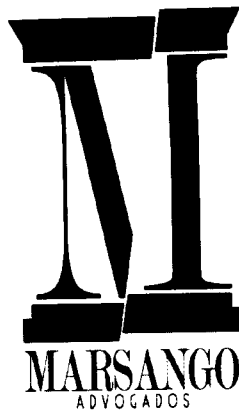
171. Sobre a matéria, de salutar o precedente do TCU, no sentido de ser obrigatória a apresentação de atestados técnicos para fins de habilitação:



Aos olhos do relator, o "objeto social da empresa delineado no contrato social devidamente registrado comprova não apenas o exercício da atividade empresarial requerida na licitação, mas também que a empresa o faz de forma regular. E nesse ponto ressalto que a Administração deve sempre prestigiar a legalidade. Não basta que a licitante detenha a capacidade comercial de fato, faz-se necessário que ela esteja em conformidade com a lei". Nesse



empresarial, com seus fins ou objeto, e, como decorrência lógica, *“se a empresa decidir mudar de atividade empresarial, possui o dever legal de promover a alteração de seu objeto social e do respectivo registro antes de iniciar a prática dessas novas atividades”*. Dessa forma, *“ao exercer atividades em desconformidade com seu objeto social, devidamente registrado, a empresa também está agindo de forma contrária à lei, expondo a riscos todos os atores que com ela se relacionam”*, **em decorrência da possibilidade “de contratação de quem não é do ramo” e “de a empresa vir a se eximir da responsabilidade pelos atos praticados por seu gerente”**. Voltando a atenção ao caso concreto, o relator reconheceu que, à época da contratação, a empresa já havia alterado o seu contrato social para incluir as atividades pertinentes ao certame. Contudo, os atestados apresentados no pregão diziam respeito à execução de serviços em época anterior à sobredita alteração, motivo pelo qual refletiam uma situação fática em desconformidade com a lei e com o contrato social. Portanto, não poderiam *“ser considerados válidos para fins de comprovação perante a Administração”*. Assim, tendo em vista que o pregoeiro já havia sido alertado da ocorrência, mas considerando também a lacuna jurisprudencial sobre o assunto, o relator entendeu que não seria o caso de promover a audiência do agente público por ter acolhido os atestados irregulares. O Tribunal, seguindo a proposta do relator, julgou procedente a Representação e determinou à entidade o cancelamento da ata de registro de preço e que se

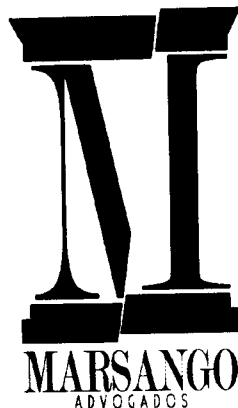


Plenário, TC 015.048/2013-6, relator Ministro-Substituto Augusto Sherman Cavalcanti, 19.3.2014.

172. Verifica-se, assim, que, conforme fundamentação transcrita nos tópicos anteriores, a empresa QUEST não atendeu às condições básicas para classificação, portanto, deve receber o mesmo tratamento da empresa outrora desclassificada, sob pena de infração ao **princípio da legalidade estrita e da vinculação ao instrumento convocatório.**

173. **Maria Fernanda Pires de Carvalho Pereira**, em seu artigo “Da possibilidade de desclassificação da proposta que contém erro, mesmo diante de possível vantajosidade para o interesse para o interesse público”, examinando questão idêntica ao presente caso, assevera:

“ORA, A INSERÇÃO NA PROPOSTA COMERCIAL DE ALÍQUOTA ERRADA É MÁCULA QUE ENSEJA A DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE, NÃO SENDO POSSÍVEL A SIMPLES CORREÇÃO DO EQUÍVOCO, MESMO EM PROL DA SELEÇÃO DA MELHOR PROPOSTA, VISTO QUE AQUELA, COM O DESCONTO PROCEDIDO, PASSA A SER A MENOR, ISTO É, OCORRE ALTERAÇÃO NOS TERMOS DA MESMA, DEPOIS DE INICIADA A FASE DE JULGAMENTO. (...) NÃO SE PODE ESQUECER, CONTUDO, QUE APENAS O ERRO MERAMENTE FORMAL QUE NÃO ATINJA O DIREITO DE TERCEIROS NO CONTEXTO DO CERTAME É QUE PODE SER ULTRAPASSADO, isso, porque, desclassificar a proposta irregular e

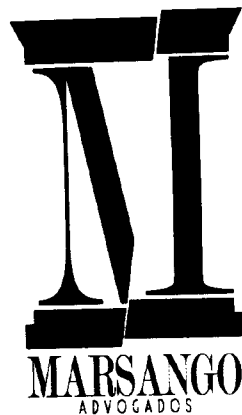


Licitação, é dever do qual não pode esta descuidar-se, pena de responsabilização futura" (in FORTINI, Cristiana (coord). Licitações e contratos: aspectos relevantes. Belo Horizonte: Fórum, 2007. p. 76/77) (grifei)

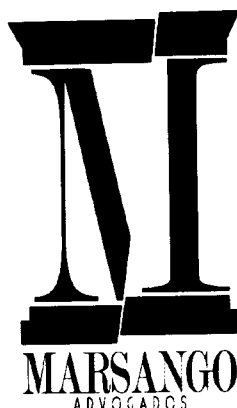
174.
direção:

O entendimento dos diversos TRFs vai na mesma

MANDADO DE SEGURANÇA. PREGÃO ELETRÔNICO. INEXISTÊNCIA DO COTAÇÃO DE ADICIONAL DE INSALUBRIDADE NA PANILHA DE CUSTOS. PRINCÍPIOS DA VINCULAÇÃO AO EDITAL E DA ISONOMIA. ANULAÇÃO DA DECISÃO/JULGAMENTO QUE DECLAROU A VENCEDORA DO CERTAME. 1. O Edital de Pregão Eletrônico nº 113/2006 da UFPR expressamente prevê em seu item 4.3.1 (fl. 27) que a proposta de preço deverá conter: 4.3.1. Planilha de Custos e Formação de Preço Mensal, com detalhamento de todos os elementos que influem no custo operacional, inclusive tributos e encargos sociais e trabalhistas, exceção feita quanto a impostos e taxas de obrigação específica da proponente, já englobados pela Taxa de Administração, para cada tipo de profissional (Posto de Serviço) contratado para os serviços, bem como, insalubridade com grau médio, de modo a representar o valor total a ser pago, não devendo constar na proposta qualquer referência de desconto sobre o preço de outros concorrentes. (sublinhado). Sendo o instrumento convocatório lei entre...



vista o Princípio da Vinculação ao Edital e a garantia do Princípio da Isonomia entre os licitantes, a teor do que dispõem os artigos 3º e 41 da Lei nº 8.666/93. Portanto, NÃO TENDO A APELANTE COTADO NA PLANILHA DE CUSTOS DE SUA PROPOSTA O ADICIONAL DE INSALUBRIDADE EM GRAU MÉDIO, CONFORME EXIGIDO PELO EDITAL, **A ANULAÇÃO DA DECISÃO QUE A DECLAROU VENCEDORA DO CERTAME É MEDIDA QUE SE IMPÕE.** 2. Sem dúvida que deve ser observado o Princípio da Continuidade do Serviço Público, não ficando a Universidade, entretanto, obrigada a manter a prestação do serviço de cozinha nas dependências dos seus restaurantes universitários com a empresa Vigo Central de Serviços Ltda. até o trânsito em julgado, como determinado na sentença. Pode a UFPR, dentro de sua autonomia e discricionariedade, se valer do disposto no art. 24, inciso IV, da Lei nº 8.666/93, que trata das hipóteses de dispensa de licitação nos casos de emergência ou de calamidade pública, quando caracterizada urgência de atendimento de situação que possa ocasionar prejuízo ou comprometer a segurança de pessoas, obras, serviços, equipamentos e outros bens, públicos ou particulares, e somente para os bens necessários ao atendimento da situação emergencial ou calamitosa e para as parcelas de obras e serviços que possam ser concluídas no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias consecutivos e ininterruptos, contados da ocorrência da



em Reexame Necessário, 2007.70.00.013120-6,
julgamento em out/2008, Relatora: Maria Lúcia
Luz Leiria)

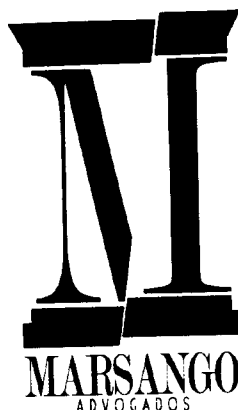
175. O raciocínio esposado pela Recorrente encontra amparo na remansosa jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, a qual firmou o entendimento de que: "(...) o procedimento licitatório é resguardado pelo princípio da vinculação ao edital; esta exigência é expressa no art. 41 da lei n. 8666/93. **Tal artigo veda à administração o descumprimento das normas contidas no edital (...) Aceitar documentação para suprir determinado requisito, que não foi a solicitada, é privilegiar um concorrente em detrimento de outros, o que feriria o princípio da igualdade entre os licitantes.**" (STJ, REsp 1178657/MG, REL. Min Mauro Campbell Marques, 2ª Turma, dje 08/10/2010) grifei

176. Se a administração Pública estabeleceu publicamente os critérios de aferição da validade das propostas técnicas, indicando os parâmetros conforme anexos do edital, a empresa Recorrida, por fazer do edital *tabula rasa*, deve ser desclassificada, porquanto: "(...) *é larga a jurisprudência do STJ no sentido de que é vedada, enquanto não concluído o certame, qualquer alteração no edital, a não ser para adequá-lo ao princípio da legalidade, em razão de modificação normativa superveniente. Decisão correta do Tribunal de origem, com base nos princípios da vinculação ao Edital e da isonomia.*" (STJ, AgRg no Resp 1109570/PR, Rel. Min. Mauro Campbell Marques, 2ª Turma, j. 01/06/2009)

177. O princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório, obriga a Administração e o licitante a observarem as normas e condições estabelecidas no ato convocatório. Nada poderá ser criado ou feito sem que haja previsão no ato convocatório.

178. Nesse mesmo sentido, Deliberações do TCU:

Observe rigorosamente o princípio da vinculação



8.666/1993, abstendo-se de efetuar prorrogações de contratos não previstas (...). Acórdão 1705/2003 Plenário

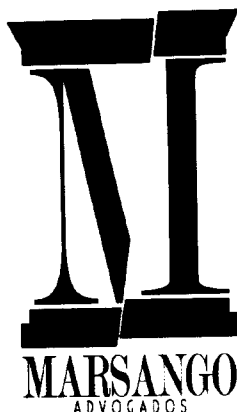
Observe com rigor os princípios básicos que norteiam a realização dos procedimentos licitatórios, especialmente o da vinculação ao instrumento convocatório e o do julgamento objetivo, previstos nos artigos 3º, 41, 44 e 45 da Lei nº 8.666/1993. Acórdão 483/2005 Primeira Câmara

179. Conclui-se, portanto, que o Instrumento convocatório previamente estabeleceu, nos termos da legislação, os critérios de julgamento da proposta técnica, sendo que, conforme demonstrado *alhures*, a subcomissão laborou em claro equívoco ao **lançar mãos de critérios subjetivos para atribuir notas superiores aos demais concorrentes, sem que houvesse qualquer previsão objetiva no edital ou ponto que tivesse sido descumprido pela recorrente que pudesse justificar essa disparidade.**

180. A inobservância do previsto na legislação, acabou comprometendo a nota atribuída aos participantes, alterando a ordem classificatória, situação que deve ser revista pela citada comissão, sob pena de ofensa ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, isonomia, imparcialidade, impessoalidade, legalidade e julgamento objetivo.

DOS REQUERIMENTOS

181. Seja recebido e processado o presente recurso, atribuindo-se efeito suspensivo e intimando os demais licitantes para, em querendo, manifestarem-se acerca das razões recursais expostas *alhures*, em atenção ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, isonomia, imparcialidade, impessoalidade, legalidade e julgamento objetivo.



182. Submeter o presente recurso para a Subcomissão Técnica visto que versa sobre divergência entre itens do edital e a estratégia de comunicação apresentada pela Recorrente, conforme razões expostas acima e, por consequência, dar **COMPLETO PROVIMENTO** ao presente recurso, para que, após parecer da Subcomissão Técnica, seja revista a nota atribuída à Recorrente, tendo em vista que a referida comissão laborou em equívocos que ensejaram em subjetividade, paradoxalmente atribuindo nota menor à Recorrente quando em comparação com propostas equivalentes apresentadas por outros licitantes, estando o referido entendimento em desacordo com o instrumento convocatório e com as regras legais preestabelecidas; ou, subsidiariamente, seja a nota atribuída revista, procedendo, de qualquer forma, com a reclassificação dos licitantes.

183. Se mantida a decisão hostilizada, o que não se acredita, requer imediato encaminhamento dos autos à Autoridade superior para deliberação, nos termos do art. 95, § 1º, da Lei Estadual 15.608/2007 c/c art. 109, §4º da Lei 8.666/93.

Pelo que **PEDE DEFERIMENTO**,

Cascavel/PR, 06 de outubro de 2018.

pp. DUDA.COM MARKETING INTEGRADO EIRELI



ANEXOS
JURISPRUDÊNCIA



Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo

Conteúdo Exclusivo WEB | JRP\2018\28963

TJSP - Reexame Necessário 1002148-85.2016.8.26.0428 - 13ª Câmara de Direito Público - j. 31/1/2018 - julgado por Antonio Tadeu Ottoni - Área do Direito: Administrativo

EMENTA

Ementa Oficial:

EMENTA

DIREITO PÚBLICO REEXAME NECESSÁRIO LICITAÇÃO - MANDADO DE SEGURANÇA PREGÃO PRESENCIAL REFERENTE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MONITORAMENTO E FISCALIZAÇÃO DO TRÁFEGO DE VEÍCULOS EDITAL QUE CONTÉM VÍCIOS QUE VULNERAM AS DISPOSIÇÕES DA LEI Nº 8.666/93 CERTAME SUSPENSO DIREITO LÍQUIDO E CERTO DA IMPETRANTE QUE SE APRESENTA EVIDENTE SENTENÇA CONCESSIVA DA SEGURANÇA MANUTENÇÃO Verificando-se a ocorrência de diversos vícios no edital referente a pregão presencial para prestação de serviços de monitoramento e fiscalização de tráfego, que infringem as disposições da Lei de Licitações, flagrante o direito líquido e certo da impetrante para que o certame seja suspenso, para correção das máculas - Segurança concedida - Reexame necessário desprovido.

Vistos.

1. RELATÓRIO

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Reexame Necessário nº 1002148-85.2016.8.26.0428, da Comarca de Paulínia, em que é recorrente JUIZO EX OFFÍCIO, é recorrido FOTOSENSORES TECNOLOGIA ELETRONICA LTDA.

ACORDAM, em 13ª Câmara de Direito Público do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Negaram provimento ao reexame necessário. V.U.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores FLORA MARIA NESI TOSSI SILVA (Presidente) e FERRAZ DE ARRUDA.

São Paulo, 31 de janeiro de 2018.

Antonio Tadeu Ottoni

RELATOR

Assinatura Eletrônica

31/01/2018

VOTO (D) Nº 14.418

REEXAME NECESSÁRIO Nº 1002148-85.2016.8.26.0428

COMARCA: PAULÍNIA

RECORRENTE: JUIZO EX OFFÍCIO



PAULÍNIA.

JUÍZA DE 1º GRAU: DRª. MARTA BRANDÃO PISTELLI.

RELATÓRIO

Trata-se de reexame necessário relativo à r. sentença de fls. 339/442, cujo relatório é adotado, que concedeu a ordem em mandado de segurança impetrado visando a suspensão de certame licitatório, sem imposição de verbas sucumbenciais, em conformidade com o artigo 14, § 1º, da Lei nº 12.016/09.

Ausente recurso voluntário, foi colhido o parecer da douta Procuradoria Geral de Justiça, opinando pelo desprovimento do recurso oficial (fls. 350/353).

É o relatório.

VOTO

2. FUNDAMENTOS

De início, cumpre destacar que o mandado de segurança é o remédio constitucional destinado à proteção de direito líquido e certo, não protegido por "habeas corpus" ou "habeas data", contra ato de autoridade pública ou agente imbuído de atribuições do Poder Público, nos termos do inciso LXIX do art. 5º da Constituição Federal de 1988.

E, após detida análise dos autos, verifica-se que a impetrante logrou comprovar a existência de direito líquido e certo a ser protegido pela via do mandado de segurança, nos termos do art. 1º da Lei nº 12.016/09.

No caso dos autos, a impetrante busca a suspensão de pregão presencial patrocinado pelos impetrados, sob a alegação de que o edital violou a Lei de Licitações ao restringir a competição entre os participantes, não sendo compatível o objeto da contratação com a modalidade de certame; ausência de estudos técnicos e exigência indevida quanto ao ramo de atividade pertinente ao objeto licitado; permitir qualificação técnica sem registro no órgão de classe, nada justificando os requisitos técnicos, que restringem o certame; não haver planilhas estimativas do custo ou orçamento prévio detalhado, nem demonstrativos contábeis, prevendo, ainda, multas desproporcionais e abusivas, além de desconformidade com a legislação específica do objeto, em especial a Resolução nº 396/2011 do CONTRAN.

Deferida a liminar, foi contestada a demanda, proferindo-se a r. sentença acolhendo as razões da impetrante, concedendo a segurança, ratificando a liminar para suspensão do pregão.

E, diante dessas circunstâncias, passa-se à apreciação do reexame necessário, o qual não comporta provimento.

Com efeito, indene de dúvidas de que o edital referente ao Pregão Presencial nº 9/2016 do tipo "MENOR PREÇO GLOBAL COM EXECUÇÃO POR PREÇO UNITÁRIO, objetivando a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA OU CONSÓRCIO DE EMPRESAS PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MONITORAMENTO E FISCALIZAÇÃO DO TRÁFEGO DE VEÍCULOS NAS VIAS DO MUNICÍPIO DE PAULÍNIA, COMPREENDENDO A DISPONIBILIZAÇÃO DE INFRAESTRUTURA, EQUIPAMENTOS, SOFTWARES, MATERIAIS E MÃO DE OBRA PARA APOIO AO ATENDIMENTO AO PÚBLICO, PROCESSAMENTO DE DADOS E INFRAÇÕES DE TRÂNSITO, PARA USO NA SECRETARIA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA, ESTADO DE SÃO PAULO." (fls. 46), encontra-se com vícios que exigem a suspensão do certame, por sua essência falha e sem validade, sob pena de



seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos." (art. 3º).

Assim, diante da existência de vícios no edital, todo o certame encontra-se eivado de mácula, como na hipótese dos autos, o que ampara a concessão da segurança como decretado na r. sentença, para suspensão do certame.

A r. sentença bem deliberou sobre o tema, de forma percuciente, asseverando que:

"Nesse caminho, apontou nos autos diversas irregularidades que não foram afastadas pela Assistente Litisconsorcial, quais sejam, a falta de elaboração de Projeto Básico, com juntada de planilhas estimativas de preço lastreadas em pesquisas válidas de mercado, não se permitindo averiguar qual o valor correto do objeto a ser licitado, dando margens a subjetivismos perigosos, no mínimo.

As exigências no tocante à qualificação técnica e econômico- financeira também devem ser corrigidas, a ponto de conferir critérios objetivos e plenamente alcançáveis por quaisquer licitantes que venham a se interessar pelo objeto da demanda.

Outra modificação é realizada quanto à necessidade de fracionamento do objeto em lotes, no sentido de se garantir ampla participação de diversas empresas no conteúdo total dos serviços de monitoramento de trânsito a serem prestados nesta Urbe.

Com esse entendimento, passo a analisar o Termo de Referência de fls. 71 e seguintes no sentido de verificar a possibilidade de contratação por intermédio da modalidade Pregão, como impugnado pela impetrante e corroborado o inconformismo pela d. Representante do Ministério Público.

Com efeito, o objeto do certame é deveras extenso para que seja licitado em lote único, como se vê no quadro de fls. 74/75, envolvendo desde gestão documental de processos de recursos de multas e serviços de atendimento ao público até fornecimento de equipamentos para a instalação dos sistemas eletrônicos de imposição de multas, com a manutenção de tais aparelhos.

O fracionamento é, assim, imprescindível para a garantia da ampla competição." (fls. 340/341).

Referido entendimento se coaduna com o já decidido por esta C. Câmara, a teor da decisão a seguir:

"MANDADO DE SEGURANÇA LICITAÇÃO. Pregão realizado para aquisição de radares, aparatos e sistemas para controle do tráfego urbano (Pregão Presencial nº 34440-7/2014).

1. Exigências técnicas injustificadas que restringem demasiadamente a competitividade do certame (peso máximo do dispositivo de radar de velocidade fixado em 5kg) Violação ao princípio da competitividade (art. 3º, §1º, inciso I, da Lei 8.666/93).

2. Exigência de demonstração posterior ao encerramento do certame por teste de amostragem previsão que insere indesejável subjetivismo na licitação, em clara afronta ao princípio do julgamento objetivo das propostas.

3. Ausência de projeto básico, subsidiado por estudos técnicos preliminares. Estudos que



técnico que contemple, no mínimo, as variáveis no modelo constante no item A do Anexo I desta Resolução, que venham a comprovar a necessidade de fiscalização, garantindo a ampla visibilidade do equipamento.”.

4. Ausência de orçamento detalhado prejuízo à própria administração pública quanto ao seu controle sobre a implementação das obras em suas várias etapas. R. sentença que anulou o Pregão Integralmente mantida, em virtude do violação pela administração pública dos princípios da isonomia, competitividade nas licitações e eficiência administrativa. RECURSO VOLUNTÁRIO E REEXAME NECESSÁRIO DESPROVIDOS.” (Apelação / Reexame Necessário nº 1000267-43.2015.8.26.0126; rela. Desª Flora Maria Nesi Tossi Silva; j. em 27/07/2017).

Assim, o presente caso autorizava (como autoriza) a concessão da segurança nos moldes em que deferida pelo nobre julgador singular, diante das circunstâncias do caso concreto, não merecendo qualquer reparo a r. sentença, devendo ser mantida integralmente.

3. DISPOSITIVO

Ante o exposto, pelo meu voto, nego provimento ao reexame necessário.

ANTONIO TADEU OTTONI

Relator



Tribunal de Justiça do Estado do Pará
Conteúdo Exclusivo WEB | JRP\2009\5387

TJPA - AgIn 2009. 3004072-6 - j. 19/10/2009 - julgado por Claudio Augusto Montalvão das Neves - Área do Direito: Administrativo

AGRAVO DE INSTRUMENTO. MANDADO DE SEGURANÇA. PRELIMINARES REJEITADAS. MÉRITO. LICITAÇÃO. O APELADO NÃO ESTAVA CORRETAMENTE CREDENCIADO PARA PARTICIPAR DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO, EM FACE À IRREGULARIDADE DA REPRESENTAÇÃO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO À UNANIMIDADE.

Ementa Oficial:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. MANDADO DE SEGURANÇA. PRELIMINARES REJEITADAS. MÉRITO. LICITAÇÃO. O APELADO NÃO ESTAVA CORRETAMENTE CREDENCIADO PARA PARTICIPAR DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO, EM FACE À IRREGULARIDADE DA REPRESENTAÇÃO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO À UNANIMIDADE.

1 - O agravado foi descredenciado pela Comissão de Licitação a participar do certame dando lances pela Comissão de Licitação, haja vista que este apresentou procuração assinada por apenas um dos sócios, contrariando o que dispõe a cláusula sexta do seu próprio Estatuto Social, que determina que a administração e gerência da sociedade serão exercidas indistintamente por ambos os sócios, que praticarão, sempre em conjunto e solidariamente, os atos necessários à representação judicial e extrajudicial da mesma, para contrair obrigações de valor igual ou superior à R\$ 500,00 (quinhentos reais).

2 - Em obediência ao que dispõe o princípio da legalidade, da igualdade, da vinculação ao instrumento convocatório e do princípio do julgamento objetivo, é forçoso reconhecer que as regras traçadas no procedimento licitatório devem se ater ao que lei e o edital impõem. Assim, pelo princípio da adjudicação compulsória, o qual obriga a administração pública a contratar com o legítimo vencedor da licitação, merece ser provido o mérito recursal.

ACÓRDÃO Nº: DJ:

AGRAVO DE INSTRUMENTO N.º: 2009. 3004072-6

COMARCA DE SALINÓPOLIS PA.

AGRAVANTE: MUNICÍPIO DE SALINÓPOLIS E TUMA & MORAES ADVOGADOS ASSOCIADOS.

ADV.: MARCIO PINTO MARTINS TUMA E OUTRO

AGRAVADO: FREIRE FIGUEIREDO & MELÉM S/S ADVOGADOS ASSOCIADOS.

ADV.: JOSÉ AUGUSTO FREIRE FIGUEIREDO E OUTRO.

PROCURADOR DE JUSTIÇA:

RELATOR: DES. CLÁUDIO A. MONTALVÃO NEVES.

ACÓRDÃO



recurso para LHE DAR PROVIMENTO, nos termos do voto do relator.

Este julgamento foi presidido pela Exm^a. Des^a. Célia Regina de Lima Pinheiro.

Belém (Pa), 19 de outubro de 2009.

Desembargador CLÁUDIO A. MONTALVÃO NEVES

Relator

RELATÓRIO

Trata-se de AGRAVO DE INSTRUMENTO COM PEDIDO DE EFEITO SUSPENSIVO interposto pelo MUNICÍPIO DE SALINÓPOLIS e TUMA & MORAES ADVOGADOS ASSOCIADOS, devidamente representado por procurador habilitado nos autos, com fulcro no art. 522, c/c art. 527, III e art. 558, todos do Código de Processo Civil (LGL\1973\5), em face da respeitável decisão interlocutória proferida pelo douto Juízo da Comarca de Salinópolis (fls. 21-26) que, nos autos do Mandado de Segurança, ajuizada por FREIRE FIGUEIREDO & MELÉM S/S ADVOGADOS ASSOCIADOS., deferiu a liminar a fim de bloquear a contratação do agravante, suspendendo a eficácia do ato, até o julgamento final do pleito.

Em suas razões (fls.02/19), o agravante explicou que foi o vencedor da licitação na modalidade pregão presencial, aduzindo, preliminarmente, o não cabimento do mandado de segurança ajuizado, uma vez que não restou comprovado de plano o direito líquido e certo alegado.

Posteriormente, argüiu ser inepta a inicial, ante a impossibilidade jurídica do pedido, haja vista que o poder judiciário não pode fazer controle de mérito dos atos administrativos.

No mérito, ressaltou que o descredenciamento do agravado não impediu que este participasse regularmente do certame, mas tão somente impossibilitou o preposto de se manifestar durante a sessão, nos termos do item 3.3 do edital, asseverando que o processo licitatório atingiu sua finalidade, qual seja, a contratação da proposta mais vantajosa e o respeito aos ditames legais da licitação.

Ao cabo, pugnou pela concessão de efeito suspensivo à decisão hostilizada no sentido de suspender seus efeitos e, no mérito, o total provimento do recurso.

Juntou documentos aos autos. (fls. 21-305).

Recebi o agravo na modalidade de instrumento e deferi o efeito suspensivo pleiteado (fls. 308-309).

Solicitei informações ao r. juízo de 1º grau (fls. 309).

Noutro vértice, em sede de contra-razões, o agravado refutou os argumentos do recorrente, requerendo, ao final, o improvimento do recurso às fls. 312-326 dos autos.

De acordo com a certidão de fls. 328, verifico que o Juízo a quo não ofereceu as informações solicitadas.

Instado a se manifestar, o Ministério Público, pronunciou-se pelo conhecimento e provimento do agravo (fls. 330/336) Os autos vieram-me conclusos em 23/07/2009.

É o relatório.



É bom ressaltar que o mandamus surgiu no nosso ordenamento jurídico por meio da Lei 1.533/51, hoje com previsão na Lei 12.016/09.

Sem dúvida alguma, o writ impetrado teve fundamento no art. 1º da Lei de Mandado de Segurança acima mencionada, no qual os impetrantes ora agravados exerceram seu direito ao contraditório e à ampla defesa, na medida em que entenderam que seu direito líquido e certo de participar regularmente da licitação foi violado.

Da mesma forma, não há que se falar em inépcia da inicial com fundamento na impossibilidade jurídica do pedido, pois a intenção dos agravados foi realizar um controle de legalidade do ato administrativo, possível também no nosso ordenamento jurídico, pois não há nenhuma vedação para que se provoque a tutela jurídica do Estado.

JOSÉ CRETELLA JÚNIOR (in Controle Jurisdicional dos Atos Administrativos), ao dissertar sobre o tema, ensina que:

Inteiramente livre para examinar a legalidade do ato administrativo, está proibido o Poder Judiciário de entrar na indagação do mérito, que fica totalmente fora de seu policiamento.

Assim, rejeito as preliminares de não cabimento do Mandado de Segurança e de inépcia da inicial ante a impossibilidade jurídica do pedido.

Presentes os pressupostos de admissibilidade, conheço do recurso e passo a apreciá-lo.

Em primeiro lugar, cumpre destacar o dispositivo da decisão hostilizada (fls. 21 a 26):

Isto posto, fulcrado no art. 7º, II, da Lei nº 1.533, de 31/12/51, ordeno que as autoridades impetradas se abstenham de realizar qualquer ato que importe na contratação do único escritório credenciado, em caso desta já ter sido realizada, suspendo a eficácia do ato, até o julgamento final do pleito.

Requisitem-se, pois, informações, com a liminar. Prestadas as informações vistas ao MP e em seguida conclusos. Salinópolis, 22 de abril de 2009, Heyder Tavares da Silva Ferreira. Juiz de Direito Titular da Comarca de Salinópolis. Inicialmente, importante explicar que Licitação é um procedimento administrativo formal destinado à seleção da melhor proposta dentre as apresentadas por aqueles que desejam contratar com a Administração Pública, nos quais o administrador não pode inovar, ou seja, tudo que está na lei há de ser observado.

A licitação se sujeita a todos os princípios gerais do direito administrativo, previstos no art. 37, caput, da Constituição Federal (LGL\1988\3) (Legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência), bem como a alguns princípios específicos previstos no art. 3º, da Lei 8666/93 (Lei da licitação).

Nesse diapasão, destaca-se o princípio vinculação ao instrumento convocatório, previsto no art. 41 da referida Lei de Licitação, o qual dispõe que "A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada", ou seja, o edital é a lei da licitação e tudo que for relevante deve estar expresso em seu conteúdo.

No mesmo viés argumentativo, merece atenção o princípio do julgamento objetivo, o qual determina que o administrador precisa definir no edital qual será o critério de julgamento (de forma clara e precisa), não podendo levar em consideração qualquer outro aspecto que não aquele previsto no edital.



critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle. Esse princípio, como se pode observar, visa a afastar critérios subjetivos no julgamento das propostas.

Pois bem, no caso sub judice, é bom esclarecer que a Comissão Permanente de Licitações de Salinópolis realizou licitação, sob a modalidade Pregão Presidencial nº. 01/2009, objetivando contratar sociedade de advogados para prestação de serviços jurídicos ao município, realizado no dia 30/01/2009.

Analisando acuradamente os autos, constato que o agravado foi descredenciado a participar do certame pela Comissão de Licitação, haja vista que este apresentou procuração assinada por apenas um dos sócios, contrariando o que dispõe a cláusula sexta do seu próprio Estatuto Social, que determina que a administração e gerência da sociedade serão exercidas indistintamente por ambos os sócios, que praticarão, sempre em conjunto e solidariamente, os atos necessários à representação judicial e extrajudicial da mesma, para contrair obrigações de valor igual ou superior à R\$ 500,00 (quinhentos reais).

Sob esta perspectiva, em obediência ao que dispõe o princípio da legalidade, da igualdade, da vinculação ao instrumento convocatório e do princípio do julgamento objetivo, é forçoso reconhecer que as regras traçadas no procedimento licitatório devem se ater ao que lei e o edital impõem, evitando subjetivismos e personalismos.

Logo, conclui-se, por conseguinte, que foi escorreita a decisão da comissão de licitação, pois é evidente que o recorrido não estava corretamente credenciado para participar do procedimento licitatório, em face à irregularidade da representação, incorrendo na aplicação do item 3.3 e 6.2 do edital (fls. 163/171), que é a regra pela deve ser pautado o a licitação. Vejamos:

3.3. A não apresentação ou incorreção do documento de credenciamento não inabilitará a licitante, mas impedirá o representante de se manifestar e responder pela empresa;

6.2. Inicialmente será verificado o credenciamento dos representantes, devendo o pregoeiro motivar suas decisões quanto a esta fase, consignando-as em ata, principalmente nos casos em que se decidir pela irregularidade da representação;

Aliás, no ponto, é o entendimento do Superior Tribunal de Justiça:

DIREITO ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. EDITAL COMO INSTRUMENTO VINCULATÓRIO DAS PARTES. ALTERAÇÃO COM DESCUMPRIMENTO DA LEI. SEGURANÇA CONCEDIDA.

É entendimento corrente na doutrina, como na jurisprudência, que o Edital, no procedimento licitatório, constitui lei entre as partes e é instrumento de validade dos atos praticados no curso da licitação.

Ao descumprir normas editalícias, a Administração frustra a própria razão de ser da licitação e viola os princípios que direcionam a atividade administrativa, tais como: o da legalidade, da moralidade e da isonomia.

(...) Segurança concedida. Decisão unânime. (STJ, MS nº 5.597/DF, 1ª S., Rel. Min. Demócrito Reinaldo)

Noutro viés argumentativo, se vê que o descredenciamento do requerido não impediu que ele participasse do certame, mas sim impossibilitou o preposto de se manifestar durante a sessão dando lances (item 3.3), podendo, inclusive, ter saído vencedor caso



dando lances, não pode o mesmo invocar a aplicação do item 6.16. do edital, que prevê que o representante da sociedade poderia consultar terceiros, inclusive valendo-se de celular quando fosse ofertar seu lance.

Ademais, o momento da assunção da obrigação ocorre no momento da proposta, que vincula o proponente a cumpri-la caso este vença a licitação, e não no momento da assinatura do contrato. Assim, ante a irregularidade na representação, não poderia o agravo prosseguir no certame, sob pena de ser declarado a ilegalidade do ato administrativo ou, especificamente, a nulidade do procedimento licitatório.

Na esteira do raciocínio apresentado, é salutar ressaltar a lição de Hely Lopes Meirelles (DIREITO ADMINISTRATIVO BRASILEIRO, RT, 12ª ed., São Paulo, p. 132.):

Ato nulo é o que nasce afetado de vício insanável por ausência ou defeito substancial em seus elementos constitutivos, ou no procedimento formativo. A nulidade pode ser explícita ou virtual. É explícita quando a lei comina expressamente, indicando os vícios que lhe dão origem; é virtual quando a invalidade decorre da infringência de princípios específicos do direito público, reconhecidos por interpretação das normas concernentes ao ato. Em qualquer destes casos, porém, o ato é ilegítimo ou ilegal e não produz qualquer efeito válido entre as partes, pela evidente razão de que não se pode adquirir direitos contra a lei.

No mesmo tom, é o lúcido parecer da douta Procuradora de Justiça (fl. 330-336):

A comissão de Licitação do Município de Salinópolis, acertadamente, impediu o suposto preposto da agravada de manifestar-se em nome da recorrida na fase de apresentação de propostas pelos licitantes, porque não estava de posse de procuração válida outorgada pelos sócios da agravada, nos termos do item 3.3 do Edital do Pregão (...) A agravada sustenta em suas contra-razões que o momento de assunção de obrigações, seria o de assinatura do contrato com o ente público, não o momento de lances ou ofertas ao ente público. Todavia, esse entendimento é totalmente equivocado, pois a fase de propostas vincula o participante a cumpri-las caso a sua proposta seja a vencedora no processo de licitação. (...)

Assim, pelo princípio da adjudicação compulsória, o qual obriga a administração pública a contratar com o legítimo vencedor da licitação, merece ser provido o mérito recursal.

ANTE O EXPOSTO, CONHEÇO DO PRESENTE AGRAVO e, rejeitadas as preliminares de não cabimento do Mandado de Segurança e de inépcia da inicial ante a impossibilidade jurídica do pedido, na esteira do parecer ministerial DOU-LHE PROVIMENTO AO RECURSO, reformando-se integralmente a decisão agravada.

Intime-se, pessoalmente, a Procuradoria de Justiça na forma da Lei (CPC (LGL\1973\5), art. 236, parágrafo 2º).

Belém (PA), 19 de outubro de 2009.

Desembargador CLÁUDIO AUGUSTO MONTALVÃO NEVES

Relator



ANEXOS
ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA



MUNICÍPIO DE MARIPÁ

ESTADO DO PARANÁ

Rua Luiz de Camões 437 – Cep 85 955-000 · Fone/Fax: (44)3687-1262
e-mail: governo@maripa.pr.gov.br /site www.maripa.pr.gov.br
CNPJ 95.583 571/0001-02



ATESTADO DE FORNECIMENTO DE SERVIÇOS

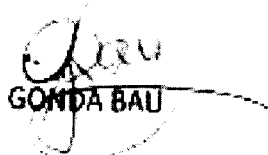
Atestamos para os devidos fins que a empresa DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI, inscrita no CNPJ Nº 24.811.536/0001-55, com sede a Rua Rubens Lopes nº 435 sala 01, DCE, Balrro Universitário, Município de Cascavel-Pr., Cep: 85.819-170, representada pela Senhora Ana Caroline Kuhn Schimanko, RG nº 10.575.156-7/Pr. e CPF nº 056.876.909-5, contratada por este Município, fornecendo os seguintes serviços:

“SERVIÇOS DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE VT'S, SPOT'S E ANÚNCIOS DE JORNAL PARA VEICULAÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA, TRABALHO ESSES DE INTERESSE DO MUNICÍPIO DE MARIPÁ - PR.”

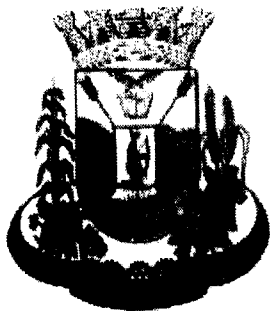
Atestamos também que o contrato acima até a presente data sempre atendeu com pessoas qualificadas, honrou seus compromissos com qualidade, não havendo nada que a desabone.

E por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Maripá, Pr., 01 de Outubro de 2018


GONDA BAU

SECRETÁRIA DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO, TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE MARIPÁ



MUNICÍPIO DE GUARANIAÇU

Estado do Paraná

CNPJ 76.208.818/0001-66



ATESTADO DE FORNECIMENTO DE SERVIÇOS

Atestamos para os devidos fins que a empresa DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI, inscrita no CNPJ sob nº 24.811.536/0001-55, com sede a Rua Rubens Lopes nº 435 sala 01, DCE, Bairro Universitário, município de Cascavel/Pr Cep 85.819-170, representada pelo(a) Senhor(a) Ana Caroline Kuhn Schimanko, RG nº 10.575.156-7/Pr e CPF nº 056.876.909-5, contratada por este município, fornece os seguintes serviços:

“Agência de propaganda, especializada em publicidade, para divulgação de campanhas institucionais que por ela venham ser desenvolvidas e diversos serviços de publicidade de interesse da Administração Pública do município de Guaraniaçu/Pr.”

Atestamos também que o contratado acima até a presente data sempre atendeu com pessoal qualificado e sempre honrou seus compromissos com qualidade, não havendo nada que a desabone.

È por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Guaraniaçu, 21 agosto de 2018.

Paulo Cezar Pandini

Secretária de Administração e Planejamento.

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI**, inscrita no CNPJ sob nº 24.11.536/0001-55, com sede a rua Rubens Lopes, 435, sala 01, Bairro Universitário, município de Cascavel/Pr, CEP: 85.819-170, representada pela senhora Ana Caroline Kuhn Schimanko, RG nº 10.75.156-7/Pr e CPF nº 056.876.909-5, agência de publicidade representante do Município de Guaraniáçu/Pr, fornece continuamente material radiofônico para veiculação junto a esta emissora de rádio, sendo:

Programa de Rádio Institucional do Município de Guaraniáçu:

Tipo - Programete

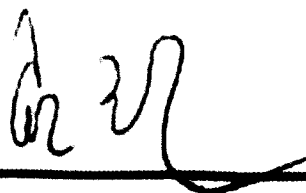
Tempo - 15 minutos

Periodicidade - Semanal

Atestamos também que o serviço acima, até a presente data, sempre foi realizado por pessoal qualificado, evidenciado na técnica de produção do material veiculado, honrando seus compromissos com qualidade e ética profissional, não havendo nada que a desabone.

E por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Guaraniáçu, 05 de outubro de 2018.



Caetano Bernardo da Silva Neto

Diretor Geral

Rádio Cantu FM

Norte FM

104,9



ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI**, inscrita no CNPJ sob nº 24.11.536/0001-55, com sede a rua Rubens Lopes, 435, sala 01, Bairro Universitário, município de Cascavel/Pr, CEP: 85.819-170, representada pela senhora Ana Caroline Kuhn Schimanko, RG nº 10.75.156-7/Pr e CPF nº 056.876.909-5, fornece continuamente material radiofônico para veiculação junto a esta emissora de rádio.

Atestamos também que o serviço acima, até a presente data, sempre foi realizado por pessoal qualificado, evidenciado na técnica de produção do material veiculado, honrando seus compromissos com qualidade e ética profissional, não havendo nada que a desabone.

E por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Cascavel, 05 de outubro de 2018.


Fábio Trevisan Alberti

Rádio Norte Fm

08.646.123/0001-06

ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA
NORTE

Rua Jacarezinho, SN
Centro - CEP 85.816-010
Cascavel - Paraná



ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos, a pedido da interessada e para fins de prova, aptidão de desempenho e atestado de execução, que a empresa DUDACOM MARKETING INTEGRADO, inscrita no CNPJ sob o nº 24.811.536/0001-55, estabelecida na Rua Rubens Lopes, Nº 435, na cidade de Cascavel, estado do Paraná, prestou serviços à Gráfica Editora Cantu LTDA - EPP, CNPJ nº 02.175.166/0001-74, de fornecendo material e produzindo peças de campanha, tanto para publicação, como para divulgação de nossas campanhas.

Registramos, ainda, que as prestações dos serviços acima referidos apresentaram bom desempenho operacional, tendo a empresa cumprido fielmente com suas obrigações, nada constando que a desabone técnica e comercialmente, até a presente data.

Laranjeiras do Sul, 05 de Outubro de 2018

Patrieli B. Silvério
Gráfica Editora Cantu Ltda - EPP
Patrieli Silvério
Auxiliar Administrativa



O Paraná

Jornal de Fato

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI**, inscrita no CNPJ sob nº 24.11.536/0001-55, com sede a rua Rubens Lopes, 435, sala 01, Bairro Universitário, município de Cascavel/Pr, CEP: 85.819-170, representada pela senhora Ana Caroline Kuhn Schimanko, RG nº 10.75.156-7/Pr e CPF nº 056.876.909-5, agência de publicidade representante do Município de Guaraniáçu/Pr, fornece continuamente material para veiculação junto a este Jornal, sendo:

Anúncios institucionais do Município de Guaraniáçu:

Tipo – Anúncio Jornal (diversos tamanhos)

Periodicidade – Semanal

Atestamos também que o serviço acima, até a presente data, sempre foi realizado por pessoal qualificado, evidenciado na técnica de produção do material veiculado, honrando seus compromissos com qualidade e ética profissional, não havendo nada que a desabone.

E por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Cascavel, 05 de outubro de 2018.

Leo Rigon

Nome e Assinatura



ANEXOS
ATAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA



**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL
ESTADO DO PARANÁ**

ATA 01

Aos 13 dias do mês de agosto de 2018, a subcomissão técnica para avaliar o Processo de Licitação para contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução, Planejamento, Concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução Externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, esteve reunida para avaliar as propostas de campanhas publicitárias apresentadas por nove empresas habilitadas no processo licitatório. A caixa lacrada com os envelopes foi aberta as 9h6min, na presença dos integrantes da sub-comissão, Placido Damiani Neto, Roberty Ari Rohsler e Diana Pretto. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram identificados com as letras A, B, C, D, E, F, G, H e I. Em relação aos integrantes da sub-comissão os mesmos foram identificados com 1 (Diana Pretto), 2 (Roberty Ari Rohsler) e 3 (Placido Damiani Neto). Em virtude do número de envelopes, a comissão suspendeu a reunião e marcou a próxima para apresentação das notas e das justificativas, para o dia 15 de agosto de 2018, as 10 horas da manhã em uma das salas da Secretaria de Comunicação da prefeitura de Laranjeiras do Sul. Nada mais havendo a se tratar a reunião foi encerrada e a ata assinada pelos integrantes da sub-comissão.

PLACIDO DAMIANI NETO: Placido Damiani

ROBERTY ARI ROHSLER: Roberty Ari Rohsler

DIANA PRETTO: Diana Pretto

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "A".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	9	10	9
9.4.2 - do edital	4	4	4
9.4.3 - do edital	14	14	14
9.4.5 - do edital	3	2	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Apresentou um bom nível de satisfação, com conteúdo baseado em pesquisas de acordo com o que foi proposto no edital, demonstrando que a pesquisa foi feita com conhecimento.

ITEM 9.4.1, "a2" – A empresa demonstra que esteve a campo para conhecer os anseios da cidade, e realizou uma boa pesquisa sobre a realidade de Laranjeiras do Sul.

ITEM 9.4.1, "a3" – Raciocínio básico situa de modo adequado as características do município, destacando os avanços estruturais que Laranjeiras do Sul vem passando e a transformação com o plano de mobilidade urbana.

ITEM 9.4.2, "a1" – Apresentou diversas opções que podem ser integradas ao material que já vem sendo utilizado pela Secretaria de Comunicação.

ITEM 9.4.2, "a2" – Neste item a empresa relata que pretende investir em

ITEM 9.4.3, "a1" – Bom material gráfico. Se preocupou em buscar imagens reais da cidade de Laranjeiras do Sul.

ITEM 9.4.3, "a2" – A empresa apresentou um bom trabalho de mídias visuais, o texto para spot de rádio também ficou bem apresentado.

ITEM 9.4.3, "a3" – Interessante o material gráfico. Foi objetivo e mostrou a felicidade da família pela transformação que está acontecendo na cidade.

ITEM 9.4.5, "a1" – Produziu um conteúdo maior para TV. Sugeriu panfletagem, que é proibido no município.

ITEM 9.4.5, "a2" – A pesquisa apresentada neste item é de âmbito nacional, os números apresentados destoam com a realidade regional de Laranjeiras do Sul, onde o rádio ainda é o meio de comunicação mais efetivo.

ITEM 9.4.5, "a3" – Interessante a estratégia básica de mídia. No entanto, em relação a campanha "Não Mídia" em Laranjeiras do Sul existe a Lei 015/2018, que proíbe a distribuição de propaganda com exceção folhetos de fiscalização de trânsito.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

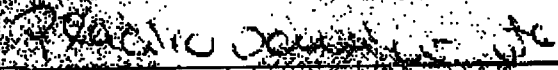
ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Verificado percentual superior a 20% da pontuação máxima, os avaliadores procederam a reavaliação dos quesitos, mantendo suas notas, sob as justificativas já expostas acima.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "A"


Fláudio Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica



Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "B".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	7	8	8
9.4.2 - do edital	5	4	5
9.4.3 - do edital	12	13	14
9.4.5 - do edital	4	4	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – O material não está encadernado. Apesar de ter apresentado uma boa pesquisa e com bom conteúdo.

ITEM 9.4.1, "a2" – A empresa apresentou uma boa pesquisa no que tange as conquistas da cidade, o texto foi bem explicativo, porém falhou no item em que o edital pede um trabalho encadernado.

ITEM 9.4.1, "a3" – Pesquisa criativa dando detalhes de todas as conquistas de Laranjeiras do Sul, em pavimentação, saneamento básico e saúde. No entanto, um dos itens do edital era que o trabalho deveria ser encadernado e, neste caso, a empresa não encadernou o mesmo.

ITEM 9.4.2, "a1" – Apresentou uma boa estratégia para o rádio, que é o meio mais popular na região, além de contemplar todos os demais veículos.

ITEM 9.4.2, "a2" – Bem distribuída a forma de divulgação dos serviços.

ITEM 9.4.3, "a1" – Material um pouco poluído, com muitas informações em um pequeno espaço.

ITEM 9.4.3, "a2" – A mídia destinada a vinculação nos jornais ficou demasiadamente cansativa, o texto é um pouco extenso para este fim.

ITEM 9.4.3, "a3" – Apesar da criatividade na arte, a empresa disponibilizou poucas informações no Layout de Outdoor. Já em relação ao anúncio de jornal os textos ficaram muito extensos.

ITEM 9.4.5, "a1" – Realizou uma boa divisão de recursos de acordo com os veículos de maior circulação regional.

ITEM 9.4.5, "a2" – Fez uma boa pesquisa, e detalhou de uma forma sucinta a distribuição de recursos para os meios de comunicação da cidade.

ITEM 9.4.5, "a3" – No que diz respeito à estratégia de mídia, a empresa fez uma ótima pesquisa, dando destaque para o anúncio em emissoras de rádio, hoje veículo de massa com maior penetração e influência em Laranjeiras do Sul.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "B".

Placido Damiani Neto

Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto

Diana Pretto/Membro da subcomissão técnica

Robert Ary Rohlfert

Robert Ary Rohlfert/Membro da subcomissão técnica

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "C".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	9	10	10
9.4.2 - do edital	5	5	5
9.4.3 - do edital	14	14	14
9.4.5 - do edital	4	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Apresentou um resumo sobre os 100 primeiros dias de governo, destacando todas as conquistas.

ITEM 9.4.1, "a2" – Na pesquisa, que foi bem apresentada, exaltou todas as conquistas de Laranjeiras do Sul, de forma completa.

ITEM 9.4.1, "a3" – Pesquisa muita bem-feita sobre as conquistas de Laranjeiras do Sul, destacando também as conquistas na área da educação, segurança e aquisição de ônibus para o transporte dos acadêmicos.

ITEM 9.4.2, "a1" – Diagnóstico bem feito. Texto redigido de forma clara e objetiva com todas as informações.

ITEM 9.4.2, "a2" – Texto bem apresentado para o item, ótima estratégia para as campanhas.

ITEM 9.4.2, "a3" – A proponente apresentou os avanços promovidos pelo

ITEM 9.4.3, "a3" – Ideia criativa adotando como título "A felicidade está morando na minha rua". Faltou a identificação se seria usada em Jornal ou Outdoor, item cobrado no edital.

ITEM 9.4.5, "a1" – Apresentou soluções e diversas propostas, visando atingir o máximo de público possível.

ITEM 9.4.5, "a2" – Estratégia bem apresentada, texto dinâmico e objetivo, distribuição bem-feita aos meios de comunicação utilizados.

ITEM 9.4.5, "a3" – A estratégia de mídia buscou otimizar recursos em um mix entre os veículos com maior alcance de público, a partir das maiores audiências.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "C".

Plácido Damiani Neto

Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto

Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler

Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "D".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	7	8
9.4.2 - do edital	4	5	5
9.4.3 - do edital	12	10	13
9.4.5 - do edital	4	2	3

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" - Apesar de um bom conteúdo, apresentou erro ao explanar sobre as cidades vizinhas.

ITEM 9.4.1, "a2" - Na pesquisa da região, a empresa citou a cidade de Porto Bonito do Iguaçu, quando o certo seria Rio Bonito do Iguaçu.

ITEM 9.4.1, "a3" - Conteúdo de ótima qualidade. No entanto, no que diz respeito aos municípios da região, alguns erros e isso demonstra que não foi feita uma pesquisa ou o responsável não conhece a região citando por exemplo "Porto Bonito do Iguaçu", quando o certo seria o município de Rio Bonito do Iguaçu, que faz divisa com Laranjeiras do Sul.

ITEM 9.4.2, "a1" - Produto completo com o conteúdo apresentado.

ITEM 9.4.2, "a2" - Boa abrangência de ideias e ótimas ideias para a campanha publicitária.

LARANJEIRAS DO SUL - PREFEITURA MUNICIPAL - RUA DA PAZ, 100 - FONE: (51) 3633.1000 - FAX: (51) 3633.1001 - E-MAIL: laranjeiras@laranjeiras.rs.gov.br

ITEM 9.4.3, "a1" – Não especificou os conteúdos para jornal, rádio, etc. Fontes pequenas para o tamanho da arte.

ITEM 9.4.3, "a2" – Não foi especificado a arte destinada para o Jornal e Outdoor, o material é de pouco impacto, formatação das letras com pequena proporção, não especificou o tempo do spot.

ITEM 9.4.3, "a3" – Apesar da frase vir de encontro com a realidade de Laranjeiras do Sul, "O lugar que eu escolho para viver se transformou e avançou", faltou identificar onde o material seria utilizado (Outdoor ou jornal) item cobrado no edital.

ITEM 9.4.5, "a1" – Não mencionou todos os meios de comunicação que abrange a região, como revistas, por exemplo.

ITEM 9.4.5, "a2" – Neste item a empresa citou sua capacidade técnica, porem segundo o edital tal referência deve ser feita em outro momento. Falhou também em não distribuir a mídia para vários meios de comunicação, deixando alguns veículos de fora

ITEM 9.4.5, "a3" – Em relação a este item, o proponente não distribuiu os recursos para vários meios de comunicação existente em Laranjeiras do Sul, deixando alguns veículos fora da distribuição.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "D".

Plácido Damilani Neto
Plácido Damilani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "E".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	7	6	8
9.4.2 - do edital	4	4	4
9.4.3 - do edital	12	13	13
9.4.5 - do edital	4	4	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Se equivocou em algumas informações, além de não ser objetivo na proposta.

ITEM 9.4.1, "a2" – A empresa deixou a desejar no quesito pesquisa, se utilizou de dados ultrapassados no que se refere à economia da cidade, como por exemplo dizendo que Laranjeiras do Sul é um polo industrial, e citando um campus avançado que já não configura mais entre as instituições de ensino da cidade.

ITEM 9.4.1, "a3" – Conteúdo de ótima qualidade, destacando o bom momento que Laranjeiras do Sul está passando nas mais diversas áreas.

ITEM 9.4.2, "a1" – Especificou o passo a passo do processo de criação e o porquê de cada escolha.

COPIA EM DOBRO - Nº. 006/2018 - EDITAL Nº. 006/2018 - 07/11/2018 - 13:00:00

ITEM 9.4.3, "a1" –Apresentou um conteúdo carente de criatividade, que não condiz com a estratégia publicitária.

ITEM 9.4.3, "a2" – Neste item, a empresa não apresentou uma ideia objetiva e de impacto, a arte ficou pobre de imagens, poderia ter sido utilizados pontos mais realistas.

ITEM 9.4.3, "a3" – A idéia criativa ficou carente de criatividade, pobre de imagens. Esse item poderia ter sido melhor utilizado.

ITEM 9.4.5, "a1" – Pesquisa de âmbito nacional. Conteúdo completo com ênfase para o Jornal Impresso.

ITEM 9.4.5, "a2" – O valor destinado ao rádio e jornal não condiz com a realidade local, os valores aparentemente ficaram invertidos.

ITEM 9.4.5, "a3" – O conteúdo mostra que o investimento em TV não apresenta um custo x benefício atrativo aos objetivos propostos no edital. No entanto, no quesito Jornal o investimento é quase que o dobro das emissoras de rádio, sendo que hoje, o meio de comunicação mais atuante e que a informação chega com mais rapidez em Laranjeiras do Sul, são as emissoras de rádio.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "E".

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Plana Pretto
Plana Pretto/Membro da subcomissão técnica

Roberty Ary Roshler
Roberty Ary Roshler/Membro da subcomissão técnica

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL - PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "F".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	7	5	8
9.4.2 - do edital	5	5	5
9.4.3 - do edital	13	10	12
9.4.5 - do edital	5	5	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" - Informações que não condizem com a realidade, citando o setor madeireiro, por exemplo. Hoje o destaque em Laranjeiras do Sul é o setor da agricultura.

ITEM 9.4.1, "a2" - A empresa utilizou informações ultrapassadas em sua pesquisa, apontando que Laranjeiras do Sul é atualmente um polo no ramo madeireiro, e deixando de lado a sua principal fonte econômica, a agricultura.

ITEM 9.4.1, "a3" - O proponente se contradiz com a realidade do município, citando que a base da economia é a indústria madeireira. No entanto, Laranjeiras do Sul é essencialmente agrícola, com destaque para a plantio de soja e milho, seguido da atividade leiteira.

ITEM 9.4.2, "a1" - A campanha cumpre o objetivo principal do briefing.

ITEM 9.4.2, "a2" - Cumpriu com as normas e o pedido do edital.

Município de Laranjeiras do Sul - Rua da Liberdade, 100 - Fone: (51) 3333-1234 - E-mail: laranjeiras@laranjeiras.rs.gov.br

ITEM 9.4.3, "a1" – A linha da estratégia publicitária utiliza artifícios criativos que ajudam a compor a arte idealizada.

ITEM 9.4.3, "a2" – A empresa se contradisse no raciocínio lógico, ela deixou de lado a agricultura em sua pesquisa, porém em sua arte para Jornal e Outdoor, coloca esta atividade em evidencia.

ITEM 9.4.3, "a3" – No quesito JORNAL, imagem perfeita de uma família. No entanto texto muito poluído, com muitas informações e fonte pequena, dificultando para o leitor obter as informações.

ITEM 9.4.5, "a1" – Não mencionou todas as mídias, mas propôs novas ideias que podem ser adaptadas ao dia a dia, com baixo custo.

ITEM 9.4.5, "a2" – A empresa demonstra cuidados com a economia dos recursos, investindo de maneira coerente nos meios de comunicação utilizados para a campanha.

ITEM 9.4.5, "a3" – Apesar de faltar alguns veículos de comunicação, a empresa distribuiu muito bem os recursos, e principalmente, se adaptando ao dia a dia, com um custo baixo.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 9.4.1 – Verificado percentual superior a 20% da pontuação máxima do quesito, os avaliadores procederam a reavaliação dos quesitos, mantendo suas notas, sob as justificativas já expostas acima.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "F".

Daniela Damiani Neto

Diana Pretto

Rua Rui Barbosa, 100 - São N. - Fone: (51) 3631.0700 - E-mail: (51) 3631.0700

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "G".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	7	9
9.4.2 - do edital	3	3	4
9.4.3 - do edital	15	15	15
9.4.5 - do edital	4	4	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Pesquisa neutra e ampla. Sem especificar a cidade de Laranjeiras do Sul.

ITEM 9.4.1, "a2" – A empresa focou em pesquisas de âmbito nacional, deixando a desejar no conhecimento regional, os números apresentados neste item se mostram vagos.

ITEM 9.4.1, "a3" – Em relação à pesquisa faltou dados referente ao município, destacando apenas que Laranjeiras do Sul já foi Capital do Território Federal do Iguaçu e as conquistas de asfalto, recaps e calçamento que vai melhorar o IDH do município.

ITEM 9.4.2, "a1" – Ofertou iniciativas simples, mas que podem atingir com facilidade público alvo. Sem muita objetividade.

ITEM 9.4.2, "a2" – Neste item a empresa só conteu apenas com...

LARANJEIRAS DO SUL - RUA ... Nº ... FONE: (51) 3333-1234

ITEM 9.4.3, "a1" – Pouco texto, com informações. Arte bem montada e conteúdo excelente.

ITEM 9.4.3, "a2" – As artes visuais foram apresentadas com muita qualidade, o tempo proposto para os spots do rádio, assim como o texto foram objetivos e dinâmicos.

ITEM 9.4.3, "a3" – Neste quesito, a arte foi muito bem elaborada com pouco texto e mais informações. Conteúdo bem objetivo.

ITEM 9.4.5, "a1" – Completou todos os aspectos necessários e apresentou soluções e ideias criativas.

ITEM 9.4.5, "a2" – No que se refere a distribuição dos recursos para a mídia, a empresa teve a preocupação de utilizar os meios mais acessados e com maior efetividade na cidade.

ITEM 9.4.5, "a3" – A estratégia de mídia foi muito bem distribuída, sendo utilizados todos os meios de comunicação.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)


ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "G".


Rinaldo Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

CNPJ: 06.908.001/0001-01. Rua: ...

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "H".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	8	8
9.4.2 - do edital	4	4	4
9.4.3 - do edital	14	14	14
9.4.5 - do edital	4	4	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Não encadernou o material. Sem objetividade, mas com informações corretas.

ITEM 9.4.1, "a2" – Não encadernou o material, conforme determinado em edital, porém apresentou bons argumentos em sua pesquisa, demonstrar conhecimento sobre a cidade.

ITEM 9.4.1, "a3" – Bem explicativa a pesquisa. No entanto o material não foi encadernado.

ITEM 9.4.2, "a1" – Enfatizou as obras de pavimentação, que foi o tema proposto no edital.

ITEM 9.4.2, "a2" – Boa estratégia de publicidade, porém poderia ter utilizado mais subtítulos para o tema de sua campanha, a assinatura ficou abaixo do esperado.

ITEM 9.4.2, "a3" – O tema proposto no edital foi muito bem explicado.

ITEM 9.4.3, "a2" – Se utilizou bem da criatividade, o material para Jornal e Outdoor ficou bem apresentável, a ressalva notada é o texto para o Jornal que ficou um tanto quanto extenso, porém o texto para spot de rádio ficou excelente.

ITEM 9.4.3, "a3" – Arte muito bem produzida, com informações em 3D. Layout para outdoor, perfeito com destaque para a frase "Orgulho de ver a mudança acontecer". No entanto o Layout para anúncio de jornal ficou muito poluído. Poderia ser resumido.

ITEM 9.4.5, "a1" – Rádio como foco principal, sendo o veículo de maior abrangência na região.

ITEM 9.4.5, "a2" – A empresa apresentou um grande cuidado com a utilização e distribuição de recursos para os veículos de comunicação.

ITEM 9.4.5, "a3" – Muito bem elaborada a estratégia de mídia. A exceção fica pelo tamanho do spot, que ao invés de 1 minuto poderia ser feito de 30 segundos, com a prefeitura obtendo um número maior de inserções.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Não se aplica.

ITEM 9.4.3 – Não se aplica.

ITEM 9.4.5 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto ao envelope "H".

Plácido Damiani Neto

Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto

Diana Pretto/Membro da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler

Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

Arquivo Municipal - Livro 07 - Folha 01 - 10/12/2011

Ata de avaliação/pontuação da subcomissão técnica referente à Concorrência nº 006/2018, cujo objeto é: Contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudos, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off-line, elaboração e marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de Comunicação Visual, Planejamento e Execução de pesquisas e produção, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital. Para melhor organização da subcomissão técnica os envelopes foram "marcados" com as letras de "A" até "I". Segue análise e pontuação referente ao envelope "I".

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	8	9
9.4.2 - do edital	4	2	4
9.4.3 - do edital	10	6	9
9.4.5 - do edital	4	2	3

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 9.4.1, "a1" – Informações equivocadas, porém cumprindo com as exigências.

ITEM 9.4.1, "a2" – A empresa citou sua estratégia no local inapropriado e os números apresentados são um pouco equivocados.

ITEM 9.4.1, "a3" – Apesar da empresa apresentar alguns números equivocados, mostrou no texto dados importantes do município de Laranjeiras do Sul, desde a renda per capita das pessoas até a porcentagem do público alfabetizado.

ITEM 9.4.2, "a1" – Termos errados, com propostas que pretendem abranger todos os meios.

ITEM 9.4.2, "a2" – Neste item a empresa demonstra ter pouco conhecimento da região, citando laranjeirenses do Sul, e divergindo em

ITEM 9.4.3, "a1" – Arte simples sem informações importantes como valores e números.

ITEM 9.4.3, "a2" – Arte para Jornal e Outdoor de pouco impacto, o texto apresentado para Spot de rádio também com pouca objetividade e fora dos padrões da atualidade.

ITEM 9.4.3, "a3" – A ideia criativa mencionada traz poucas informações. Apenas a imagem de um jovem, fundo neutro e sem vida. Uma arte sem lógica para onde o jovem está olhando.

ITEM 9.4.5, "a1" – Não menciona veículos importantes, como a Rádio Campo Aberto e o Jornal Xagu.

ITEM 9.4.5, "a2" – Deixou de lado alguns veículos de comunicação, e apresentou uma proposta de investimentos abaixo do esperado, a economia neste caso não seria bem aproveitada.

ITEM 9.4.5, "a3" – Poucas informações sobre a distribuição dos recursos, deixando emissoras de grande audiência fora do rateio e um investimento abaixo da realidade.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

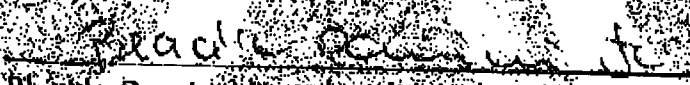
ITEM 9.4.1 – Não se aplica.

ITEM 9.4.2 – Verificado percentual superior a 20% da pontuação máxima do quesito, os avaliadores procederam a reavaliação dos quesitos, mantendo suas notas, sob as justificativas já expostas acima.

ITEM 9.4.3 – Verificado percentual superior a 20% da pontuação máxima do quesito, os avaliadores procederam a reavaliação dos quesitos, mantendo suas notas, sob as justificativas já expostas acima.

ITEM 9.4.5 – Verificado percentual superior a 20% da pontuação máxima do quesito, os avaliadores procederam a reavaliação dos quesitos, mantendo suas notas, sob as justificativas já expostas acima.

Fra o que tínhamos a expor quanto ao envelope - II



 Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Rua 5 de Setembro, 111 - Centro - CEP: 85.517-070 - Fone: (41) 3522-5500

**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL
ESTADO DO PARANÁ**

ATA 02

Aos 22 dias do mês de agosto de 2018, a subcomissão técnica para avaliar o Processo de Licitação para contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução, Planejamento, Concepção, intermediação e supervisão da Execução Externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off'line, elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipo e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, esteve reunida para avaliar/pontuação, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital, apresentando o seguinte resultado:

Envelope A".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	9	10	9
9.4.2 - do edital	4	4	4
9.4.3 - do edital	14	14	14
9.4.5 - do edital	3	2	4
TOTAL	30	30	31

Envelope "B".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	7	8	8
9.4.2 - do edital	5	4	5
9.4.3 - do edital	12	13	14
9.4.5 - do edital	4	4	4
TOTAL	28	29	31

Envelope "C".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	9	10	10
9.4.2 - do edital	4	4	4

2018/08/22 - Ata de Avaliação - Edital nº 001/2018 - Licitação para contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução, Planejamento, Concepção, intermediação e supervisão da Execução Externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off'line, elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipo e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, esteve reunida para avaliar/pontuação, conforme critérios, especificações e necessidades descritas nos Anexos do edital, apresentando o seguinte resultado:

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	7	8
9.4.2 - do edital	4	5	5
9.4.3 - do edital	12	10	13
9.4.5 - do edital	4	2	3
TOTAL	28	24	29

Envelope "E".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	7	6	8
9.4.2 - do edital	4	4	4
9.4.3 - do edital	12	13	13
9.4.5 - do edital	4	4	4
TOTAL	27	27	29

Envelope "F".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	7	5	8
9.4.2 - do edital	5	5	5
9.4.3 - do edital	13	10	12
9.4.5 - do edital	5	5	4
TOTAL	30	25	29

Envelope "G".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	7	9
9.4.2 - do edital	3	3	4
9.4.3 - do edital	15	15	15
9.4.5 - do edital	4	4	5
TOTAL	30	29	33

Envelope "H".

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	8	8

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1 - do edital	8	8	9
9.4.2 - do edital	4	2	4
9.4.3 - do edital	10	6	9
9.4.5 - do edital	4	2	3
TOTAL	26	18	25

Nada mais havendo a se tratar a reunião foi encerrada e a ata será assinada por mim e pelos demais integrantes da subcomissão.

Placido Damiani Neto
Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty A. Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL - RUA DA PAZ, 100 - FONE: (51) 3333-1234 - FAX: (51) 3333-1234 - E-MAIL: laranjeiras@laranjeiras.rs.gov.br

Aos 3 dias do mês de setembro de 2018, a subcomissão técnica para avaliar o Processo de Licitação para contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução, Planejamento, Concepção, intermediação e supervisão da Execução Externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e off'line, elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipo e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, esteve reunida para avaliar/pontuação, a proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018, apresentando o seguinte resultado:

EMPRESA: BEPOP

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	7	8	8
10.3.2.2 – do edital	4	4	3
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	3
TOTAL	28	28	27

EMPRESA: OLÉ PROPAGANDA

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5
TOTAL	35	34	35

EMPRESA: DOPPS + LUCOM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9,9	10
10.3.2.2 – do edital	5	3	4,5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15

EMPRESA: DUDACOM

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 - do edital	8	7	8
10.3.2.2 - do edital	5	4	5
10.3.2.3 - do edital	13	10	14
10.3.2.4 - do edital	4	3	4
TOTAL	30	24	31

EMPRESA: NTV

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 - do edital	10	10	10
10.3.2.2 - do edital	5	4,5	5
10.3.2.3 - do edital	15	15	15
10.3.2.4 - do edital	5	5	5
TOTAL	35	34,5	35

EMPRESA: HEY

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 - do edital	9	9	10
10.3.2.2 - do edital	4	3	4
10.3.2.3 - do edital	13	13	13
10.3.2.4 - do edital	4,5	3	4
TOTAL	30,5	28	31

EMPRESA: BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO & MARKETING

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 - do edital	10	9	10
10.3.2.2 - do edital	5	5	5
10.3.2.3 - do edital	15	13	14
10.3.2.4 - do edital	5	5	5
TOTAL	35	32	34


EMPRESA: META PROPAGANDA


Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 - do edital	10	9	10
10.3.2.2 - do edital	5	5	5
10.3.2.3 - do edital	15	13	14
10.3.2.4 - do edital	5	5	5
TOTAL	35	32	34


EMPRESA: CASA DA COMUNICAÇÃO.

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	9	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5
TOTAL	34	34	35

Nada mais havendo a se tratar a reunião foi encerrada e a ata será assinada por mim e pelos demais integrantes da subcomissão.


Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 de agosto a 3 de setembro, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: BEPOP

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	7	8	8
10.3.2.2 – do edital	4	4	3
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	3

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Não cumpriu com o exigido pelo edital, apresentando apenas quatro profissionais.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa cumpre com os itens descritos em edital. O que se nota são os poucos profissionais disponíveis, e não há como não notar a remuneração abaixo do esperado para os contratados.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Possui quatro funcionários todos capacitados para a função. No entanto, o número é pequeno em virtude do número de empresas que a Agência atende.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Trabalham com todas as áreas da agência de forma integrada, onde todos participam do planejamento.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – A empresa não apresentou o prazo máximo de



ITEM 10.3.2.3, "a1" – Apresenta um material intermediário. Mas exemplificou bem seus casos.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – O material apresentando é de boa qualidade, mas poderia ser algo melhor elaborado nas mídias impressas e no material de rádio.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Criação convencionais e pouco originais. Baixa qualidade da execução de algumas peças, principalmente no material da festa do Peão em Guaíra. Nas outras peças informações prestadas com clareza.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Boa relação de clientes, porém, atende apenas quatro cidades.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Em que pese a empresa tenha 9 anos de existência, a relação de clientes apresentada é abaixo do esperado. Seu raio de ação está em apenas 4 cidades, visto que em uma delas, atualmente a empresa não atende mais.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de médio e pequeno porte e atendimento em somente quatro cidades e atendimento em somente quatro cidades.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa BEPOP – comunicação e Marketing.

Plácido Damiani Neto

Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto

Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: OLÉ PROPAGANDA

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Cumpriu todas as exigências, com seis profissionais qualificados e direcionados por áreas determinadas.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa apresenta um bom time de profissionais, porém a quantidade poderia ser um pouco maior, visto que a carteira de clientes apresentada é um tanto extensa.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Profissionais com qualificações adequadas e profissionais experientes para o atendimento da Secretaria de Comunicação Social. Apresentação adequada para o atendimento.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Prazo para campanhas, peças e planos de mídia rápidos e com qualidade, facilitando o trabalho da Secretaria de Comunicação.

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Peças de qualidade: Jornal, Rádio e TV. Cumpriram com as exigências em um material adequado. Justificando as principais campanhas.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – Os trabalhos de mídia impressa, e para o rádio foram bem elaborados, são dinâmicos e atuais.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas, adequadas e pertinentes. Boa qualidade de acabamento das peças apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Vasta gama de clientes. Muitas prefeituras, algumas inclusive desde 2013, mostrando fidelidade ao trabalho apresentado.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Neste item, a nota máxima se dá pelo fato de a empresa apresentar um bom número de clientes atendidos, em sua maioria prefeituras.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e de tradição. Evidencia a credibilidade da empresa e a fidelidade do trabalho apresentado.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa OLÉ PROPAGANDA.


Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: DOPPS + LUCOM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9.9	10
10.3.2.2 – do edital	5	3	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	4	4	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Onze profissionais com currículos e experiências na área em questão, cumprindo com maestria as normas exigidas.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa atente os requisitos pedidos em edital, com uma boa equipe de profissionais qualificados, porém apenas um deles não apresenta o tempo de atuação no mercado.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Onze experientes profissionais e com qualificações adequadas para o atendimento, cumprindo com as exigências do edital.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Possui um sistema organizacional muito consistente e organizado, que contribui efetivamente na agilidade de entrega de materiais sem prejuízo a qualidade do layout.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – O tempo que a empresa se propõe a entregar as

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Apresentou o exigido no edital, com produtos de qualidade exemplificando os cases.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – Boa apresentação dos materiais, arte para revistas e jornais bem elaboradas. A mídia para o rádio também tem ótima qualidade.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas adequadas. Qualidade e acabamento das peças adequadas e clareza na exposição das informações.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Boa relação de clientes, porém apenas empresas privadas. Nenhuma prefeitura.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Apesar de ter um bom número de clientes atendidos, a empresa não apresentou nenhum trabalho para órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Vasta carteira de empresas privadas. No entanto nenhuma pública.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa DOPPS + LUCOM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA.


Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: DUDACOM

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	8	7	8
10.3.2.2 – do edital	5	4	5
10.3.2.3 – do edital	13	10	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Não possui um funcionário para cada setor, exigido pelo edital.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa apresentou um bom número de pessoas em sua equipe, porém na relação apresentada conta com um número considerável de estagiários, sendo assim os mesmos não possuem experiência comprovada na área de atuação.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Apresentação da qualificação de alguns profissionais feita de forma superficial. Em alguns setores somente estagiários enquanto que as demais empresas, todos profissionais com experiência.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Propõe uma relação profissional, com um funcionário em tempo integral disponível à Prefeitura.

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Anúncios de qualidade intermediária. Cumriu com o proposto pelo edital.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – O material está abaixo do esperado, deixa a desejar nas mídias impressas e no material para o rádio.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Porém sem muita originalidade.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Pequena relação de clientes, porém com qualidade.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Baixa representatividade na relação de clientes apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Maioria dos clientes de porte médio e atuação regional. Apesar da qualidade número pequeno de clientes.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa DUDACOM.

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: NTV

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	10	10
10.3.2.2 – do edital	5	4,5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Vinte e um profissionais formados e com ampla experiência nas áreas em que atuam.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – Os profissionais da empresa estão em um número esperado para realizar os trabalhos necessários. Todos apresentam um bom tempo de experiência, o que deve gerar um bom resultado final.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Profissionais com qualificações adequadas para o atendimento da Secretaria de Comunicação.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Comunicação full service, buscando pela atualização, oferecendo soluções inovadoras, com agilidade nos prazos em média de um dia.

ITEM 10.3.2.2, “a2” – O tempo apresentado para as respostas de

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Alta qualidade com peças bem elaboradas e justificativas de casos consistente.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – Os materiais apresentados neste item são de uma ótima qualidade. As mídias impressas e o material para o rádio estão dentro do esperado, são atuais e bem elaborados.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas originais e pertinentes. Qualidade e acabamento das peças adequados. Clareza na exposição das informações.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Diversos clientes de renome, dando seriedade ao trabalho.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Boa gama de clientes apresentada, e um bom tempo de atendimento para órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e tradição, demonstrando a credibilidade da empresa.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa NTV.


Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Robert Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: HEY

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	9	9	10
10.3.2.2 – do edital	4	3	4
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4,5	3	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Cumpriu com o pedido, porém sem profissionais com experiência no ramo.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa apresenta uma boa equipe para a elaboração dos trabalhos, porém há um número de profissionais com pouca experiência, além do esperado, isto pode refletir no resultado final.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Capacitação e quantificação dos profissionais apresentados cumpriu com o edital.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Visitas quinzenais ou quando forem necessários. Planejamento de execução e pesquisas, porém muito tempo para a entrega.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – O prazo apresentado para a respectiva

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Produto de qualidade com propostas e casos bastante conciso.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – A empresa apresentou um bom material de rádio, porem as mídias impressas estão a baixo do esperado.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas. Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Faltou maior clareza na exposição das informações de algumas peças apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Ampla gama de clientes, porém poucos órgãos públicos, que seria o caso específico.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Boa relação de clientes atendidos, mas apresentou apenas um órgão público nesta relação. O tempo de vigência destes relacionamentos é de apenas 5 anos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Maioria dos clientes de porte médio e atuação regional. No entanto, poucos órgãos públicos, ou apenas um (Prefeitura de Guarapuava).

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa HEY.


Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membro da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO & MARKETING

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	13	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Equipe composta por profissionais de qualidade e com ampla experiência na área.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa mescla a experiência com juventude, todavia, os mais jovens da equipe apresentam pouca experiência para os serviços prestados.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Profissionais com qualificações adequadas para o atendimento a Secretaria de Comunicação e todos com experiência.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – Utilizam meios que facilitam a troca de informações internas e externas com os clientes.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – Os prazos apresentados para os trabalhos, são satisfatórios, os meios para interação com a contratante por...

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Material de qualidade, cumprindo o proposto pelo edital.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – A empresa apresentou apenas um anuncio de seus trabalhos, uma embalagem e um convite, que talvez não se enquadrem requeridos pela contratante. Os trabalhos de mídia impressa e mídia de rádio estão a contento.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas adequadas e pertinentes. Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Vasta gama de clientes, incluindo prefeituras como a de Cascavel.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – A relação de clientes apresentada é satisfatória, entre elas há atendimento há órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e tradição.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

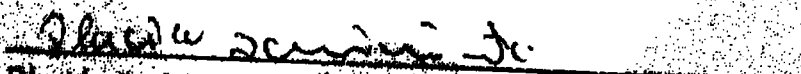
ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.


ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO & MARKETING**.


Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos "Qualificação e Quantificação dos profissionais"; "Sistemática de atendimento"; "Portfólio da licitante" e "Relação de clientes". Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: META PROPAGANDA

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	10	10
10.3.2.2 – do edital	4,5	5	5
10.3.2.3 – do edital	14	14,5	14
10.3.2.4 – do edital	4	5	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, "a1" – Doze profissionais experientes, com formação nas áreas específicas.

ITEM 10.3.2.1, "a2" – A empresa possui um bom número de colaboradores e que apresentam experiência agradável na área de atuação.

ITEM 10.3.2.1, "a3" – Experiência dos profissionais e qualificações adequadas para o atendimento da Secretaria de Comunicação e que atinge todas as áreas estabelecidas no edital.

ITEM 10.3.2.2, "a1" – A sistemática e atendimento da agência prioriza o relacionamento com o cliente e o registro das informações.

ITEM 10.3.2.2, "a2" – A empresa demonstra ser rápida no feed back, e ágil no tempo de resposta para as campanhas propostas pela contratante.

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Material de qualidade, alinhado ao proposto e com justificativas consistentes.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – A empresa apresentou bons trabalhos de mídia impressa, e para o rádio. O detalhe a ser observado é que no Jingle de 60 segundos, o material poderia ter sido melhor elaborado.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Criações corretas com boa qualidade de execução. Ideias criativas e adequadas, mas com baixa atratividade em alguns casos.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Ampla relação de clientes com diversas prefeituras no currículo.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – A empresa apresenta uma boa relação de clientes atendidos, o tempo de relacionamento com estas empresas também agrada.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e de tradição com atuação regional.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa META PROPAGANDA.

Placido Damiani Neto
Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas adequadas e pertinentes. Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Clareza na exposição das informações.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Excelente gama de clientes incluindo DEZ prefeituras.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – A empresa apresentou uma lista de clientes em potencial, que são atendidos, dentre eles vários órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e tradição, incluindo 10 entre prefeituras e Câmara de Vereadores.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa CASA DA COMUNICAÇÃO.

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ILUSTRÍSSIMO PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL, ILMO. SR. GILSON FERREIRA
CELLA



Ref. Edital de Concorrência - Melhor Técnica e Preço - nº 006/2018

BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 72.491.186/0001-30, com sede na Rua Presidente Kennedy, 2802, Coqueiral, município de Cascavel/PR, já qualificada na presente licitação, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, por seu representante legal, interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO** contra decisão de classificação das propostas técnicas do certame, consoante os seguintes fatos e fundamentos:

DOS FATOS

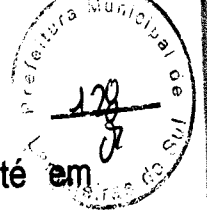
O Município de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná, está promovendo licitação na modalidade Concorrência, tipo Melhor Técnica e Preço, nº 006/2018, na qual licita a contratação de serviços de publicidade e propaganda a serem prestados por uma agência de publicidade.

A licitação segue seu curso regular, encontrando-se na fase de julgamento das propostas técnicas. A pontuação das licitantes relativas às propostas técnicas e a abertura do prazo para a interposição de recursos foram informados através da Ata de Sessão Pública 3 - após divulgação do resultado de julgamento geral das propostas técnicas, tomando-se público, segundo sessão realizada no dia 17 de setembro de 2018, a seguinte classificação final na proposta técnica:

- 1º lugar) Casa da Comunicação S/S Ltda, com 67,66 pontos.
- 2º lugar) N.T.V Imagem e Propaganda Ltda - EPP, com 65,49 pontos.
- 3º lugar) Meta Propaganda Ltda, com 63,33 pontos.
- 4º lugar) Blancolima Comunicação e Marketing Ltda - EPP, com 62,99 pontos.
- 5º lugar) Olé Propaganda e Publicidade Ltda - EPP, com 62,66 pontos.
- 6º lugar) Dopps+Lucom Comunicação Integrado Ltda, com 60,13 pontos.
- 7º lugar) Dudacom Marketing Integrado Ltda, com 58,66 pontos.
- 8º lugar) Costa e Kruk Comunicação Ltda, com 55,32 pontos.
- 9º lugar) Hey Propaganda Ltda - EPP, com 52,83 pontos.

Na ata da reunião de avaliação dos documentos constantes no invólucro nº 1, referente ao edital de Concorrência nº 006/2018, a Comissão Permanente de Licitações do Município de Laranjeiras do Sul informou que seria aberto prazo recursal de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, ficando acordado que o prazo começaria a contar da data de disponibilização dos documentos digitalizados.

edital que não justificam suas pontuações, acarretando, em alguns casos, até em desclassificações.



Desta feita, A **Blanco Lima Comunicação e Marketing Ltda.** vem **TEMPESTIVAMENTE** a essa respeitável Comissão apresentar recurso sob os seguintes fundamentos.

1. DA AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES NOS DOCUMENTOS APRESENTADOS PELAS PROPONENTES META PROPAGANDA E CASA DA COMUNICAÇÃO.

Em primeiro lugar, o qual deve ser analisado por esta Douta Comissão Julgadora, a licitante Meta descumpriu gravemente o item 10.1.1, deixando de comprovar as funções exercidas do vínculo empregatício (quer seja por registro em carteira de trabalho ou contrato de trabalho) de quatro pessoas apresentadas como funcionários.

Esta exigência da apresentação dos custos de cada peça da campanha está expressamente prevista:

10.1.1 Currículo resumido máximo de 5 linhas, com a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição do CONTRATANTE, pelo menos um de cada setor: direção de arte, redação, arte finalista, mídia, produção e atendimento, podendo ser acumuladas funções, comprovando as funções exercidas do vínculo empregatício (quer seja por registro em carteira de trabalho ou contrato de trabalho) com a empresa participante do certame licitatório, ou contrato de terceirização com empresa que disponha de tais profissionais (devendo neste caso apresentar o contrato e a qualificação dos profissionais com vínculo com a empresa terceirizada) ou ainda por composição do quadro social da licitante, em cópias autenticadas;

Entretanto, basta uma breve análise em seu suposto quadro de funcionários para se comprovar que a agência Meta deixou de inserir as comprovações de vínculo dos funcionários *Paulo Roberto de Brito, Rosangela Cardoso de Sá Santos, Francisco Carlos Maravieski e Rebeca Lima dos Santos Portugues.*

Veja-se:



Paulo Roberto de Brito
Marketing Digital

Publicitário (DRT-PR 482) e Radialista (DRT-PR 2373), atua em comunicação e marketing há 35 anos. Com experiência profissional nas áreas de planejamento, criação e produção gráfica e eletrônica de materiais publicitários, e marketing digital.



Rosangela Cardoso de Sá Santos
Secretária

Atuando na agência há 8 anos, hoje ocupa a função de Secretária fazendo atendimento ao público: clientes.



Francisco Carlos Maravieski
Atendimento

Publicitário, atuou na Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Maringá de 2006 a 2016. Foi Secretário Municipal de 2009 a 2012. Anteriormente atuou nos Jornais Folha de Londrina, O Diário do Norte do Paraná e em agências de Propaganda.



Rebeca Lima dos Santos Portugues
Assistente Administrativo

Formada em Ciências Contábeis. Experiência de 17 anos no Setor Financeiro, incluindo Contas a Pagar e Receber, Faturamento, análise e demonstração econômica financeira, e Recursos Humanos.

R 3

A agência Meta apresentou somente as comprovações de vínculo (*vide anexo 1 deste recurso*) dos funcionários Wellington Rodrigues Coelho (Direção de Arte), Caio Steffano Romero (Redação), André Augusto Lautenschlager (Arte Finalista), Rosângela Aparecida Uler (Mídia), Karla Macedo (Produção) e Larissa Graziela Araújo de Oliveira (Atendimento). Além disso, constam também no contrato social os nomes Ademir Elizeu Lautenschlager e Karen Macedo Lautenschlager – sócios da empresa. Porém, as cópias dos documentos que comprovam vínculos mencionados neste parágrafo não estão autenticadas, conforme pede o edital, ferindo mais uma vez o item 10.1.1 supracitado.

Nos termos do item 15.2 do Edital, serão desclassificadas as propostas que não atenderem as exigências deste edital, que forem omissas, vagas, impuserem condições diferentes das dispostas no presente edital ou que contiverem descontos ou execução condicionada a prazos ou vantagens de qualquer natureza aqui não previstos, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, bem como descontos ou vantagens baseados nas propostas das demais licitantes; que estiverem incompletas, incorretas, rasuradas ou contendo corretivos, que apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento ou, ainda, propostas com valores irrisórios ou manifestamente inexequíveis.

Ora, ao não inserir as comprovações de vínculo dos seus supostos funcionários e ao não autenticar as cópias das demais comprovações, a empresa Meta cometeu um erro gravíssimo, sendo omissa, o que deveria acarretar em sua desclassificação do certame.

Por sua vez, a empresa **Casa da Comunicação** também cometeu erro semelhante ao da empresa Meta ao não autenticar as cópias de contrato de trabalho de seus funcionários. Veja-se um exemplo:

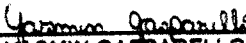


Fica eleito o foro da comarca de Ponta Grossa - Paraná para dirimir quaisquer questões alusivas ao presente contrato, renunciando as partes por qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Por se acharem justos e contratados, assinam o presente em duas vias de igual teor e forma, na presença das duas testemunhas abaixo assinadas, para que surta seus legais e jurídicos efeitos.

Ponta Grossa, 1º de março de 2015.


CASA DA COMUNICACAO S/S LTDA.


YASMIN GASPARELLO

2. DA AUSÊNCIA DE INSERÇÃO DOS CUSTOS DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIA EM PEÇAS UTILIZADAS NA CAMPANHA

Outro ponto que deve ser analisado por esta Douta Comissão Julgadora é o da licitante Meta, que descumpriu gravemente o item 9.4.5, deixando de inserir quais seriam os custos de produção das fotografias utilizadas em sua campanha por ela utilizados.

Esta exigência da apresentação dos custos de cada peça da campanha está expressamente prevista:

9.4.5 Estratégia de mídia e não mídia – apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação [...].

Entretanto, basta uma breve análise na sua planilha denominada de “Resumo de Produção – Peças Não - Mídia” e “Resumo de Não – Mídia” para se comprovar que a agência Meta deixou de inserir os custos com as fotografias. Veja o exemplo:



TIPO	FORMATO	PERÍODO	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% TOTAL
Rádio	Spot de 60"	JULHO 2018	75.330,00	68,7%	53,0%
Jornal	1 Página (Formato Tabloide)		31.500,00	28,7%	22,7%
Mídia Exterior	Outdoor (9m x 3m)		2.800,00	2,6%	2,0%
TOTAL MÍDIA			109.630,00	100,0%	77,7%

TIPO	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% TOTAL
Spot	60"	1	3.722,00	15,6%	2,6%
Anúncio de Jornal	1 Página (Formato Tabloide)	1	4.549,00	19,1%	3,2%
Outdoor	9m x 3m	1	5.835,00	24,5%	4,1%
Folder	Formato: 21 x 31cm fechado - 04 páginas	1	9.678,00	40,7%	6,8%
TOTAL MÍDIA			23.844,00	100,0%	16,6%

TIPO	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% TOTAL
Produção do Spot	60"	1	800,00	48,8%	
Produção de Outdoor	9m x 3m - em papel	7	840,00	51,2%	
TOTAL			1.640,00	100,0%	
HONORÁRIOS 15%					
TOTAL			1.886,00		1,3%

TIPO	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% TOTAL
Impressão de Folder	Formato: 21 x 31cm(fechado), 4 x 4 cores- papel couché 150g	15.000	3.750,00	62,5%	
Distribuição de Folder	Via - Empresa Especializada	15.000	2.250,00	37,5%	
TOTAL GERAL			6.000,00	100,0%	
HONORÁRIOS 15%					
TOTAL			6.900,00		2,4%

As peças criativas componentes da campanha comprovam o uso de 4 (quatro) fotografias em toda a sua campanha, conforme podemos ver a seguir:



Ideia Criativa
Layout para anúncio para jornal

Laranjeiras do Sul

Mais de

INVESTIDOS EM

O Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, além de recuperar estradas do interior, está levando asfalto e calçamento ao centro e bairros. É o maior plano de mobilidade urbana da história da nossa município. Ao todo, R\$21.880.984,80 estão sendo investidos para a implantação

(Anúncio para Jornal: Uso de uma foto em destaque e mais três em círculos no canto inferior esquerdo do anúncio).

Layout para outdoor

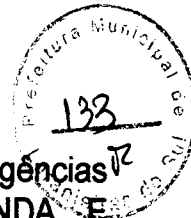
Laranjeiras do Sul

É o maior plano de mobilidade urbana da história da nossa município.

Ao todo, R\$21.880.984,80 estão sendo investidos para a implantação

(Outdoor: Uso de uma foto de trabalhadores em destaque).

Juntamente com a agência META PROPAGANDA LTDA, as agências DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA e OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA também cometeram tal descumprimento ao edital. Veja-se:



Produção De Vt De 30"	1	R\$ 5.500,00
Impressão De Cartaz De Outdoor	8	R\$ 1040,00
Total Geral	10 Peças	R\$ 6.820,00

Resumo Do Investimento Em Midia E Não Midia

Veiculos	Quantidade	Valores
Rádios	844 Inserções	R\$ 17.451,60
Jornal	2 Inserções	R\$ 14.136,50
Midia Exterior - Outdoor	8 Pontos	R\$ 4.160,00
Televisão	90 Inserções	R\$ 67.189,00
Portal	14 inserções	R\$ 1.400,00
Não Midia		
Midia Digital (Facebook)	20 Inserções	R\$ 1.000,00
Total	970 Inserções E 08 Pontos	R\$ 105.337,10

Resumo Total Do Investimento Da Campanha

Investimento	Valor	Percentual
Criação	R\$ 34.650,00	23,60%
Midia	R\$ 105.337,10	71,75%

Material	Quantidade	Valores
Spot De 30"	1	
Vt De 30"	1	
Cartaz 32 Folhas	1	
Anuncio De Página Inteira Para Jornal	1	
Anuncio Digital Pop Up	1	
Card Para Facebook	1	
Total Geral Referencial Tabela Sinapro	6 Peças	R\$ 34.650,00

Resumo Da Produção

(Planilhas de valores da empresa Dopps + Lucom)



VEICULAÇÃO (MÍDIA) - valores pagos para os veículos						
Meios	Formato	Período	Total de inserções	Valor	% Mídia	% Geral
Rádio	Spot 30"	30 dias	858 inserções	R\$ 31.025,10	35%	29%
Jornal	1 página	30 dias	24 anúncios	R\$ 54.000,00	61%	51%
Outdoor	9 x 3	30 dias	5 pontos	R\$ 4.040,00	5%	4%
Total em Mídia				R\$ 89.065,10	100%	84%

PRODUÇÃO EXTERNA - valores pagos para fornecedores					
Serviço	Formato	Quantidade	Valor	% Produção	% Geral
Produção do Spot	30"	1	R\$ 450,00	15%	0,42%
Produção e instalação Outdoor	9 x 3 - papel	4	R\$ 1.300,00	44%	1,23%
Produção Outdoor	9 x 3 - papel	1	R\$ 188,00	6%	0,18%
Produção de Fotos	Alta Qualidade	5	R\$ 1.000,00	34%	0,94%
Total em Produção			R\$ 2.938,00	100%	3%

PRODUÇÃO INTERNA - Conferência tabela do Sinagro/PR				
Peça	Formato	Valor	% Produção	% Geral
Roteiro Spot	30"	R\$ 3.722,00	26%	4%
Outdoor	9 x 3	R\$ 5.835,00	41%	5%
Anúncio Jornal	1 página	R\$ 4.549,00	32%	4%
Total em Produção		R\$ 14.106,00	100%	13%

VALOR TOTAL			% Geral
VEICULAÇÃO	R\$	89.065,10	84%
PRODUÇÃO	R\$	2.938,00	3%
criação	R\$	14.106,00	13%

(Planilhas de valores da empresa Olé Propaganda)

Em nenhum momento suas planilhas de distribuição de valores as empresas citam os custos de produção de fotografias e muito menos o valor de cachê dos modelos usados em suas peças. Veja-se:

O LUGAR QUE EU ESCOLHI PARA VIVER SE

Um novo modelo de gestão que vem beneficiando e mudando a qualidade de vida de todos.

136.000m²

Programa de Parcelamento

LARANJEIRAS DO SUL

ORIGEM DE VIVER COME ESSE FUTURO

(Peça apresentada pela empresa Dopps+Lucom, onde são utilizadas três fotografias, sendo uma delas com dois modelos).

Secretaria Municipal de Jus
135
Laranjeiras do Sul



(Peça apresentada pela empresa Olé Propaganda que utiliza três fotografias, em que uma delas conta com quatro modelos).

Esta atitude da agência Meta e das demais trouxe desigualdade no processo licitatório frente aos demais licitantes, razão pela qual devem ser desclassificadas do certame.

3. DA NÃO APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA CONDIZENTE COM O BRIEFING PROPOSTO PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL.

Ao verificar os documentos apresentados pelas empresas CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA e META PROPAGANDA LTDA observa-se claramente que não foram atribuídas notas condizentes com suas propostas, o que influencia negativamente o resultado parcial do certame.



Edital), o que não foi devidamente considerado pela Douta Subcomissão Técnica quando a mesma atribuiu as notas.

Ora, o Briefing proposto pela Administração Pública do Município de Laranjeiras do Sul estabelecia as diretrizes sobre as quais a proponente deveria elaborar a sua proposta técnica. Veja-se:

A população vem acompanhando uma sequência de ações que estão melhorando as suas vidas, sejam elas através de obras e serviços, seja através da recuperação da alma da cidade, aumentando a autoestima de seus munícipes, que agora tem mais orgulho da cidade onde escolheram para viver. Em função dessa transformação, é necessária uma campanha institucional que massifique e consolide essa mudança dando ênfase as obras e serviços realizados em todo o município, em especial do Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, o maior plano de mobilidade urbana da história do município que está levando asfalto e calçamento no centro e bairros e recuperando as estradas do interior

Assim o Briefing estabelecia o seguinte objetivo de comunicação/campanha a ser atingido:

Essa campanha visa também identificar ao público aonde estão sendo aplicados os recursos conquistados em 2017, que passa de R\$ 21 milhões, (R\$ 10 milhões a fundo perdido, R\$ 7 milhões financiamento e R\$ 4 milhões recursos próprios) e os novos desafios que virão pela frente, que a partir de agora poderão ser encarados de forma mais confiante, mostrando que sua cidade pode ser sim, um lugar ainda muito melhor para se viver.

Ou seja, a partir de uma simples leitura do Briefing, resta claro que a Campanha esperada pelo "cliente" deveria fazer o munícipe de Laranjeiras do Sul compreender todos os aspectos positivos de tais investimentos em obras e serviços, os quais devem ser valorizados pelos cidadãos de forma que estes vejam o que o Município está fazendo pela sua qualidade de vida.

Entretanto, das propostas apresentadas pelas empresas supracitadas, as mesmas não atenderam às exigências colocadas no Briefing e acabaram alcançando notas a qual causa indignação, *in casu*.

Ora, no que tange ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, tudo está relacionado ao Briefing constante do Anexo II do edital, o que reconhecidamente não foi atendido pelas empresas CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA e META PROPAGANDA LTDA que não compreenderam que a Campanha Simulada deveria contemplar um apanhado de todas as obras e serviços que o Município de Laranjeiras do Sul vem realizando e dando uma ênfase ao Programa de Pavimentação.

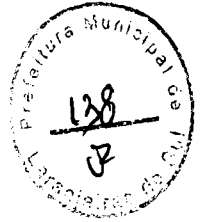
para os cidadãos e não reter-se em falar somente sobre o Programa de Pavimentação de forma que elas demonstrassem ter conhecimento da realidade apontada no Briefing.



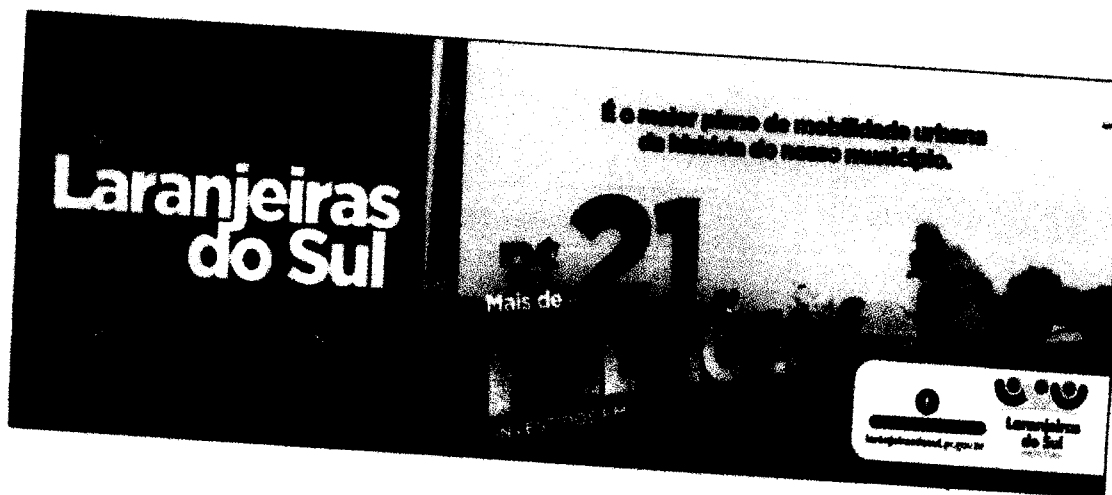
Ora, Douta Comissão, isso demonstra que as empresas supracitadas não têm conhecimento da realidade como um todo do Município de Laranjeiras do Sul, do trabalho realizado pela Gestão Pública, assim como não explicitaram em suas peças os investimentos alocados nas obras e serviços como um todo, restringindo-se apenas em falar sobre o programa de pavimentação. Veja-se:

Aqui está o contexto da nossa campanha. Nossa estratégia vai evidenciar os avanços promovidos pelo governo municipal na área de pavimentação e estradas rurais e, portanto, solucionar o problema de comunicação apresentado no briefing. E mais: além de cumprir integralmente esse objetivo, auxiliará em outros aspectos, tais como a valorização dos traços sociais culturais da cidade; a criação de relação construtiva entre Poder Público e comunidade, fundamentada no diálogo simples, franco e aberto; a demonstração do respeito do governo municipal com o cidadão e o dinheiro público; a exaltação das qualidades de Laranjeiras do Sul e da sua gente; a elevação da autoestima da população e do seu orgulho pelo município. Somados, todos esses elementos tornam possível a estruturação de um modelo ideal de comunicação, capaz de integrar poder público e os moradores de Laranjeiras do Sul, e permitir a manutenção do desenvolvimento local.

(Texto retirado da Estratégia de Comunicação da empresa Casa Da Comunicação, onde esta diz que somente evidenciará os avanços promovidos pelo governo municipal na área da pavimentação, deixando de mostrar as demais realizações ligadas a obras e serviços).



(Peça criativa apresentada pela empresa Casa da Comunicação, evidenciando apenas o Programa de Pavimentação).



(Peça criativa apresentada pela empresa Meta, evidenciando apenas o Programa de Pavimentação).

Observado isso, podemos ver que essas empresas não cumprem o que o Briefing solicita, atendo-se somente à questão de pavimentação, não atendendo ao solicitado.

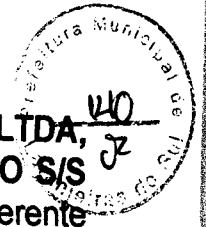
4. DAS PROVIDÊNCIAS

Acerca do descumprimento das exigências do Edital de Concorrência nº 006/2018, da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul - Estado do Paraná, cabe citar Maria Sylvia Zanella Di Pietro:¹

A inobservância de exigências formais, por um licitante, necessariamente leva à sua inabilitação ou desqualificação, conforme o caso. A Comissão Permanente de Licitações não pode relevar as falhas formais, a não ser em casos absolutamente excepcionais, em que a irregularidade se supera por outros elementos constantes dos autos; caso contrário, haveria ofensa aos princípios da legalidade, da vinculação ao edital e da isonomia.

Segue a doutrinadora:²

“Além disso, estando as exigências contidas no instrumento convocatório, de forma expressa, elas impõem-se a todos os licitantes, porque todos a ele se vinculam. A Lei 8.666, além de mencionar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório no art. 3º, ainda repete, no art. 41, a mesma exigência, determinando que a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.”



Dessa forma, manter as notas das empresas **META PROPAGANDA LTDA, DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA e OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA**, de forma a permanecer indiferente aos motivos aqui explicitados, implica flagrante desrespeito ao princípio constitucional da legalidade (Art. 37, caput) da Administração Pública, visto que o ordenamento jurídico brasileiro é muito claro quanto à obrigação do Estado e seus agentes de fazerem ou deixarem de fazer somente aquilo que está previsto em lei. Diante de tal situação, o processo licitatório acaba por ser ferido de morte em um dos seus aspectos mais básicos, passível de nulidade.

Diante do exposto, pleiteia a Recorrente o recebimento e provimento do presente recurso para que seja revista à decisão em manter a classificação e as notas das concorrentes mencionadas, mesmo sem observar os itens do edital já citados e, por fim, e não menos importante, desclassificar a empresa **META PROPAGANDA LTDA e CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA** do certame por descumprimento do edital, conforme exaustivamente demonstrado neste recurso. Caso estes fatos sejam ignorados pela CPL, tomaremos as medidas cabíveis, incluindo informar ao Ministério Público Estadual acerca de possível favorecimento a tais agências.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Cascavel, 05 de outubro de 2018.

Elvis Candido Lima
CPF 394.149.149-00

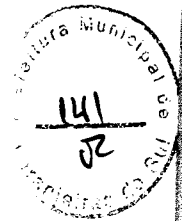
Sócio-gerente
Blanco Lima Comunicação e Marketing Ltda.

72.491.186/0001-307

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO
E MARKETING LTDA.

Rua Presidente Kennedy, 2802
Jd. Cristal

85807-080 CASCAVEL - PR



**ANEXO 1: DOCUMENTOS DE COMPROVAÇÃO DE VÍNCULO APRESENTADOS PELA
EMPRESA META PROPAGANDA LTDA**



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Wellington Rodrigo Coelho
Direção de Arte

TRABALHADOR

Esta é a sua Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS, documento obrigatório para o exercício de qualquer emprego ou atividade remunerada.

Nela serão registradas todas as atividades de Trabalho, elementos básicos para o reconhecimento dos seus direitos perante a Justiça do Trabalho, bem como para a concessão da aposentadoria e demais benefícios previdenciários garantidos, ainda, sua habilitação ao seguro desemprego e ao Fundo de Garantia do tempo de serviço - FGTS.

O conjunto de anotações constitui neste documento e o seu estado de conservação, representam a conduta, a qualificação e as atividades profissionais do seu titular.

Dele sua importância, é seu dever protegê-lo e conservá-lo, pois além de conter o registro de sua vida profissional e a garantia da preservação e validade de seus direitos como trabalhador e cidadão, constitui para assegurar a seu titular e o de seus dependentes, tendo validade, também, como documento de identificação.

CONFECCIONADA COM RECURSOS DO
FGTS - FUNDO DE AMPARO AO TRABALHADOR.

ESTA CARTEIRA CONTÉM 50 PAGINAS NUMERADAS

MINISTÉRIO DO TRABALHO
SECRETARIA DE POLÍTICAS DE EMPREGO E SALÁRIO

CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL

PIS/PASEP
130.26668.49-3

NÚMERO
8398242 REG
001-0 UF
PR

Wellington Rodrigo Coelho
ASSINATURA DO TITULAR

COLAR IMPRESSO

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Continuação: Wellington Rodrigo Coelho
Direção de Arte

<p>62 QUALIFICAÇÃO CIVIL</p> <p>BRASILEIRO</p> <p>27/09/1989</p> <p>Nome: WELLINGTON RODRIGO COELHO</p> <p>Local de nasc. BARANDA - PR</p> <p>Filiação: VALDELI COELHO</p> <p>Doc. Apresentado: R.G. 94603037 SESP PR</p> <p>Estado Civil: SOLTEIRO</p> <p>Local de nascimento: BARANDA - PR</p> <p>Local de emissão do documento: Curitiba - PR</p> <p>Data de emissão: 24/02/2008</p> <p>Série: 94603037</p>	<p>63 ALTERAÇÃO DE IDENTIDADE</p> <p>REGIÃO: _____</p> <p>DATA DE NASC. DE: ____/____/____</p> <p>LOCAL DE NASC.: _____</p> <p>Nome: _____</p> <p>Sobrenome: _____</p> <p>Sexo: _____</p> <p>Documento: _____</p> <p>Nome: _____</p> <p>Documento: _____</p> <p>LEGENDA</p>
--	---

<p>70 CONTRATO DE TRABALHO</p> <p>EMPREGADOR: 13.732.481/0001-07</p> <p>EMPREGADO: VALDELI COELHO</p> <p>EMPRESA: META PROPAGANDA LTDA</p> <p>CARGO: DIRETOR DE ARTE</p> <p>DATA DE INÍCIO: 01 de Junho de 2012</p> <p>REGIME: 60 dias</p> <p>VALOR: R\$ 2.000,00</p> <p>DATA DE FIM: 30 de Junho de 2012</p> <p>EMPRESA: META PROPAGANDA LTDA</p> <p>EMPRESA: META PROPAGANDA LTDA</p>	<p>71 CONTRATO DE TRABALHO</p> <p>EMPRESA: Meta Propaganda Ltda</p> <p>EMPREGADO: Valdeleide Cuchida da Silva</p> <p>CARGO: Diretor de Arte</p> <p>DATA DE INÍCIO: 01 de Junho de 2012</p> <p>REGIME: 60 dias</p> <p>VALOR: R\$ 2.000,00</p> <p>EMPRESA: META PROPAGANDA LTDA</p> <p>EMPRESA: META PROPAGANDA LTDA</p>
--	---

Handwritten notes and signatures on the right side of the page, including a large stylized signature and other illegible markings.



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Caio Steffano Romero
Redação

TRABALHADOR

Carteira de Trabalho e Previdência Social

Documento obrigatório para o trabalhador brasileiro que possui emprego ou atividade remunerada.

Este documento garante ao trabalhador todos os direitos básicos de trabalho, elementos essenciais para a obtenção de seus direitos perante a Justiça do Trabalho, bem como para a obtenção de benefícios previdenciários e demais benefícios sociais.

Este documento também garante ao trabalhador o acesso ao seguro desemprego e ao fundo de garantia por tempo de serviço - FGTS.

Este documento também garante ao trabalhador o acesso ao seguro desemprego e ao fundo de garantia por tempo de serviço - FGTS.

**MINISTERIO DO TRABALHO
E EMPREGO**

SECRETARIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE EMPREGO

CARTeira DE TRABALHO E PREVIDENCIA SOCIAL


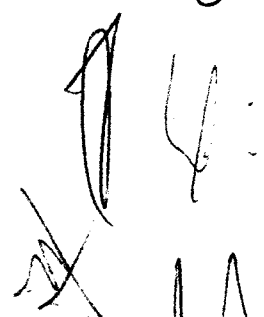

RG: 206.43832.86-0

Nº: 3909968 CPF: 092-0 PR

Caio Steffano Romero

ANEXO 1 - FOTO E IMPRONTA





10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Continuação: Caio Steffano Romero
Redação

<p>QUALIFICAÇÃO CIVIL</p> <p>BRASILEIRO</p> <p>NOME: CAIO STEFFANO ROMERO ENDEREÇO: RUA TRINDADE, 174 - JARDIM JOSEMAR ROMERO - NEDE VIEIRA - CURITIBA CEP: 81110-000 CPF: 047.760.819-57</p> <p>LOCAL DA EMISSÃO: AG. DE ATEND. DE CIANORTE - BRASÃO 250012008</p>	<p>ALTERAÇÃO DE IDENTIDADE</p> <p>TIPO DE DOCUMENTO: _____</p> <p>DATA DE EMISSÃO DO DOCUMENTO: _____</p> <p>NOME: _____</p> <p>DOCUMENTO: _____</p> <p>NOME: _____</p> <p>DOCUMENTO: _____</p> <p>NOME: _____</p> <p>DOCUMENTO: _____</p> <p>LEGENDA</p> <p>1 - SUPLENTE (1 - DIÁRIO) (2 - DIÁRIO) (3 - DIÁRIO) (4 - DIÁRIO) (5 - DIÁRIO) (6 - DIÁRIO) (7 - DIÁRIO) (8 - DIÁRIO) (9 - DIÁRIO) (10 - DIÁRIO)</p>
<p>CONTRATO DE TRABALHO</p> <p>EMPREGADOR: LATICÍNIOS LINDOIA LTDA CNPJ: 04.702.244/0001-03 RUA JORGE ALMEIDA, 111 - FUND. TÊNIS - BRASÃO - CURITIBA - PR ESP. ESTAB. PARA O PRODUTOS DE LATICÍNIOS CARGO: ADM. ADMINISTRAÇÃO REG. Nº 02 - 110.100.000-00 DATA DO EMP. 14 DE MAIO DE 2015 REG. Nº 02 - 110.100.000-00 VALOR DO EMP. R\$ 470,00 QUANTIDADE DE HORAS E DIAS TRABALHADOS</p> <p>ASSINATURA: <i>Caio Steffano Romero</i></p> <p>DATA DE ASSINATURA: 14 DE 05 DE 2015</p> <p>ASSINATURA: <i>[Signature]</i></p> <p>COM. DISPENSA CD Nº: _____ FGTS Nº DA CONTRA: _____</p>	<p>CONTRATO DE TRABALHO</p> <p>EMPREGADOR: Meta Propaganda LTDA CNPJ: 08.896.540/0001-88 ENDEREÇO: Avenida Esmeralda do Maré - 303 - Jardim São Paulo - Curitiba - PR MUNICÍPIO: Curitiba - PR ESP. DO ESTAB.: Meta Propaganda CARGO: Redator Júnior DATA DE ADMISSÃO: 14 de maio de 2015 REGISTRO Nº: _____ SENCENARIZAÇÃO EMPREGADOR: Meta Propaganda e Comunicação - Curitiba - PR</p> <p>META PROPAGANDA LTDA</p> <p>DATA DE ASSINATURA: _____ DE _____ DE _____</p> <p>COM. DISPENSA CD Nº: _____ FGTS Nº DA CONTRA: _____</p>

[Handwritten notes and signatures on the right side of the page, including a large 'W' and other illegible marks.]



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

André Augusto Lautenschlager
Arte Finalista

CONTRATO DE PRESTACAO DE SERVICOS

Por este instrumento particular de contrato de prestação de serviços de consultoria firmando de um lado por META PROPAGANDA LTDA-EPP, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ sob n.º 78.846.540/0001-88, localizada na Av. João Paulino Vieira Filho, n.º1009, sala 08, Edifício Novo Centro, Zona 01, na cidade de Maringá-PR, neste ato representado por seu sócio administrador, Ademir Elizeu Lautenschlager, de ora diante em denominada CONTRATANTE, de outro por ANDRÉ AUGUSTO LAUTENSCHLAGER, brasileiro, casado, RG 8.224.301-1 SSP/PR, CPF 044.336.689-66, residente à Rua Farmacêutico Luiz Andrade, 989A, Bairro Mandacaru, Maringá-PR, ora denominado simplesmente CONTRATADA, pactua-se o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA - A CONTRATADA obriga-se, em decorrência do presente instrumento, a atender a CONTRATANTE, prestando os seguintes serviços:

- Artefinalista;

CLÁUSULA SEGUNDA - Os serviços serão prestados pela CONTRATADA, sem subordinação ou sujeição a horários fixados pela CONTRATANTE, com ampla liberdade de continuar a prestar serviços a terceiros, pelo que a prestação dos serviços não importará em qualquer vínculo empregatício entre as partes.

CLÁUSULA TERCEIRA - Os serviços serão prestados sempre de acordo com os melhores princípios éticos, respeitados os impedimentos das partes, em especial no que diz respeito a eventual conflito de interesses entre os seus clientes.

Parágrafo Primeiro - As partes manterão sigilo sobre negócios em tudo que puder afetá-los.

Parágrafo Segundo - A CONTRATADA, no exercício de suas funções, empregará o cuidado e diligência que toda pessoa ativa e proba costuma empregar na administração dos seus próprios negócios.

CLÁUSULA QUARTA - Em remuneração aos serviços prestados, obriga-se a CONTRATANTE a pagar mensalmente a CONTRATADA, a título de honorários profissionais, a quantia de R\$ 2.000,00 (dois mil reais), em moeda corrente nacional, pelo modo que melhor convier às partes.

10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Continuação: André Augusto Lautenschlager
Arte Finalista

Parágrafo Único: Arcará, ainda, a CONTRATANTE com o fornecimento de vales transportes, para execução dos serviços o número de vales será definido entre as partes conforme relatório semanal de visitas.

CLAUSULA QUINTA - À CONTRATANTE caberá o pagamento de eventuais atos onerosos de serviços discriminados na cláusula 1.ª.

Parágrafo Primeiro - As partes convencionarão os procedimentos administrativos pertinentes à prestação de serviços, particularmente no que diz respeito a serviços extras.

Parágrafo segundo - as partes comunicar-se-ão livre e informalmente, porém, os atos de que decorrem direitos e obrigações ser confirmados por escrito, em prazo hábil.

CLAUSULA SEXTA - No caso de haver necessidade de qualquer espécie de serviço profissional fora da Comarca de Maringá, a CONTRATADA realizará - lo - á pessoalmente, incumbindo à CONTRATANTE integralizar todas as despesas decorrentes, deste que previamente autorizadas.

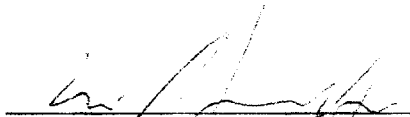
CLAUSULA SÉTIMA - O presente contrato vigorará no período de 1º/02/2017 a 31/01/2019.

Parágrafo Único - Este contrato é passível de rescisão antecipada, por qualquer das partes, mediante comunicação escrita e mediante a devida apuração de haveres e remuneração dos serviços prestados até a data da rescisão.

CLAUSULA OITAVA - As partes elegem o foro da Comarca de Maringá para dirimir qualquer questão oriunda deste contrato.

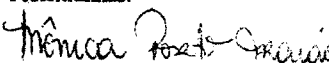
Por estar certo em pactuado, as partes firmam o presente, em duas vias de igual forma e teor, na presença de duas testemunhas.


Maringá, 31 de Janeiro de 2017.


CONTRATADA
ANDRÉ AUGUSTO LAUTENSCHLAGER


CONTRATANTE
META PROPAGANDA LTDA-EPP

Testemunhas:


Mônica Porto Travain
CPF: 929.931.419-53


Rosângela C. de Sá Santos
CPF: 028.953.579-43



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Rosângela Aparecida Uller
Mídia

MINISTÉRIO DO TRABALHO
SECRETARIA DE POLÍTICAS DE EMPREGO E SALÁRIO
CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL

Número **83012** Série **00054-PR**

Rosângela Uller
ASSINATURA DO PORTADOR

MUNICÍPIO MUNICIPAL DE ITAPICURU
GOV. G. 1



ALTERAÇÕES DE IDENTIDADE
(Com relação nome, est. civil e data nasc.)

Nome
Doc.
Nome
Doc.
Nome
Doc.
Est. Civil.....
Nome
Doc.
Est. Civil.....
Nome
Doc.
Nascimento.....

QUALIFICAÇÃO CIVIL

Nome *Rosângela Aparecida Uller*

Loc. Nasc. *Itapicuru - Pernambuco* Data *01.09.64*

Filiação *M. Aparecida Uller*

Doc. n. *83012-913-4-6-0-5-2-5-PR*

ESTRANGEREIRO

Chegado ao Brasil em
Est. civil
Data Fom. *06.03.97* Data Fom. *06.03.97* Data Fom. *06.03.97*

Rosa Vânia Inserulo
Assinatura do Ins. **ROSA VÂNIA INSERULO**

[Handwritten signatures and initials]



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Continuação: Rosângela Aparecida Uller
Mídia

Two 'CONTRATO DE TRABALHO' forms. The left one is for Rosângela Aparecida Uller, hired by META PROPAGANDA LTDA on 02/04/93. The right one is for another employee, hired on 16/04/93. Both forms include fields for employer, CGCME, address, municipality, position, and salary.

Two 'ANOTAÇÕES GERAIS' forms. The left one contains a stamp: 'CADASTRADO COMO PARTICIPANTE DO PIS/PASEP 07/06/92'. The right one contains a stamp: 'META PROPAGANDA LTDA'. Both forms have handwritten notes and signatures.

Large handwritten signature and initials on the right side of the page.

10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Karla Macedo
Produção

CONTRATO DE PRESTACAO DE SERVICOS

Por este instrumento particular de contrato de prestação de serviços de consultoria firmando de um lado por META PROPAGANDA LTDA-EPP, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ sob n.º 78.846.540/0001-88, localizada na Av. João Paulino Vieira Filho, n.º1009, sala 08, Edifício Novo Centro, Zona 01, na cidade de Maringá-PR, neste ato representado por seu sócio administrador, Ademir Elizeu Lautenschlager, de ora diante em denominada CONTRATANTE, de outro por KARLA MACEDO LAUTENSCHLAGER, brasileira, solteira, RG 10.496.292-0 SSP/PR, CPF 009.999.789-42, residente à Rua Francisco Glicério, 1361- Apto. 501, Maringá-PR, ora denominada simplesmente CONTRATADA, pactua-se o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA - A CONTRATADA obriga-se, em decorrência do presente instrumento, a atender a CONTRATANTE, prestando os seguintes serviços:

- Produção .

CLÁUSULA SEGUNDA - Os serviços serão prestados pela CONTRATADA, sem subordinação ou sujeição a horários fixados pela CONTRATANTE, com ampla liberdade de continuar a prestar serviços a terceiros, pelo que a prestação dos serviços não importará em qualquer vínculo empregatício entre as partes.

CLÁUSULA TERCEIRA - Os serviços serão prestados sempre de acordo com os melhores princípios éticos, respeitados os impedimentos das partes, em especial no que diz respeito a eventual conflito de interesses entre os seus clientes.

Parágrafo Primeiro - As partes manterão sigilo sobre negócios em tudo que puder afetá-los.

Parágrafo Segundo - A CONTRATADA, no exercício de suas funções, empregará o cuidado e diligência que toda pessoa ativa e proba costuma empregar na administração dos seus próprios negócios.

CLÁUSULA QUARTA - Em remuneração aos serviços prestados, obriga-se a CONTRATANTE a pagar mensalmente a CONTRATADA, a título de honorários profissionais, a quantia de R\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais), em moeda corrente nacional, pelo modo que melhor convier às partes.

Parágrafo Único: Arcará, ainda, a CONTRATANTE com o fornecimento de vales transportes, para execução dos serviços o número de vales será definido entre as partes conforme relatório semanal de visitas.

Handwritten signatures and initials on the right side of the page, including a large signature at the top, a signature in a circle, and several other initials and marks.

10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Continuação: Karla Macedo
Produção

CLÁUSULA QUINTA - À CONTRATANTE caberá o pagamento de eventuais atos onerosos de serviços discriminados na cláusula 1.ª.

Parágrafo Primeiro - As partes convencionarão os procedimentos administrativos pertinentes à prestação de serviços, particularmente no que diz respeito a serviços extras.

Parágrafo segundo - as partes comunicar-se-ão livre e informalmente, porém, os atos de que decorrem direitos e obrigações ser confirmados por escrito, em prazo hábil.

CLÁUSULA SEXTA - No caso de haver necessidade de qualquer espécie de serviço profissional fora da Comarca de Maringá, a CONTRATADA realizará - lo - à pessoalmente, incumbindo à CONTRATANTE integralizar todas as despesas decorrentes, deste que previamente autorizadas.


CLÁUSULA SÉTIMA - O presente contrato vigorará no período de 1º/02/2017 a 31/01/2019.

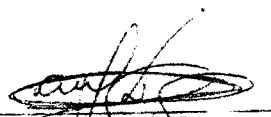
Parágrafo Único - Este contrato é passível de rescisão antecipada, por qualquer das partes, mediante comunicação escrita e mediante a devida apuração de haveres e remuneração dos serviços prestados até a data da rescisão.


CLÁUSULA OITAVA - As partes elegem o foro da Comarca de Maringá para dirimir qualquer questão oriunda deste contrato.

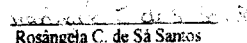
Por estar certo em pactuado, as partes firmam o presente, em duas vias de igual forma e teor, na presença de duas testemunhas.

Maringá, 31 de Janeiro de 2017.


CONTRATADA
KARLA MACEDO LAUTENSCHLAGER


CONTRATANTE
META PROPAGANDA LTDA-EPP

Testemunhas:

Mônica Porto Travain
CPF : 929.931.419-53


Rosângela C. de Sá Santos
CPF: 028.953.579-43



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Larissa Graziela Araújo de Oliveira
Atendimento

TRABALHADOR	
<p>Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS - documento obrigatório para o trabalhador em qualquer emprego ou atividade remunerada.</p> <p>Devem ser registrados todos os dados pessoais do trabalhador, elementos básicos para o reconhecimento dos seus direitos perante a Justiça do Trabalho, bem como para a concessão da aposentadoria e demais benefícios previdenciários, garantindo, ainda, sua habilitação ao seguro desemprego e ao Fundo de Garantia do tempo de serviço - FGTS.</p> <p>O conjunto de anotações contido neste documento e o seu estado de conservação, refletem a conduta, a qualificação e as atividades profissionais do seu portador.</p> <p>Devido à sua importância, é seu dever protegê-la e conservá-la, pois além de conter o registro de sua vida profissional e a garantia da preservação e validade de seus direitos como trabalhador e cidadão, contribui para assegurar o seu futuro e o de seus dependentes, tendo validade, também, como documento de identificação.</p>	
CONFECCIONADA COM RECURSOS DO FGTS - FUNDO DE AMPARO AO TRABALHADOR.	
ESTA CARTEIRA CONTÉM 50 PÁGINAS NUMERADAS	

MINISTÉRIO DO TRABALHO SECRETARIA DE POLÍTICAS DE EMPREGO E SALÁRIO		
CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL		
PIS/PASEP 128.13211.52-6		
NÚMERO	SÉRIE	UF
1340982	001-0	PR
<i>Larissa Graziela Araújo de Oliveira</i>		
ASSINATURA DO TITULAR		
	POLEGAR DIREITO	

[Handwritten marks and signatures on the right side of the page]

10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Continuação: Larissa Graziela Araújo de Oliveira
 Atendimento

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p align="center">QUALIFICAÇÃO CIVIL 02</p> <p> NOME: LARISSA GRAZIELA ARAÚJO DE OLIVEIRA ENDEREÇO: JOAQUIM TAVORA LOCAL DE NASCIMENTO: VALFRIDO SILVA DE OLIVEIRA DATA DE NASCIMENTO: 22/02/2001 DOCUMENTO: 096999910847 TIPO DE DOCUMENTO: RG LOCAL DA EMISSÃO: PRF. MUNIC. DE JOAQUIM TAVORA DATA DE EMISSÃO: 22/02/2001 ASSINATURA DO TITULAR: <i>[Assinatura]</i> </p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p align="center">ALTERAÇÃO DE IDENTIDADE 03</p> <p> NOME: _____ DOCUMENTO: _____ DATA DE NASCIMENTO: _____ LOCAL DE NASCIMENTO: _____ TIPO DE DOCUMENTO: _____ LOCAL DA EMISSÃO: _____ DATA DE EMISSÃO: _____ ASSINATURA DO TITULAR: _____ </p> </div>
<p>LEGENDA</p> <p> A - CASAMENTO C - MATRIMÔNIO E - RENOVAMENTO DE IDENTIDADE G - DATA DE VALIDADE B - SP. LOCAL D - CÓPIA F - ARQUIVAMENTO </p>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p align="center">CONTRATO DE TRABALHO</p> <p> EMPRESA: METÁ PROPAZ. JUD. P. ENDEREÇO: EB. 346.540/1001-88 BARRIO: AV. EUCLIDES DA CUNHA 1391 ZONA 05 MUNICÍPIO: MARILIZA UF: PR ENDEREÇO DO ESTABELECIMENTO: PROP. E PUBLICIDADE CARGO: ATENDIMENTO CBO Nº: _____ </p> <p> DATA DE ADMISSÃO: 06 DE SENEIRO DE 2005 REGISTRO Nº: 05137 REMUNERAÇÃO ESPECÍFICA: R\$ 425,00 (QUATROCEZAS E DOIS CENTOS E CINQUENTA REAIS) METÁ PROPAZ. JUD. P. </p> <p> DATA DE SAÍDA: _____ DE _____ DE 19____ CDM Nº: _____ FCT Nº DA CONTRA: _____ </p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p align="center">CONTRATO DE TRABALHO 07</p> <p> EMPREGADOR: _____ CUCOPRES: _____ ENDEREÇO: _____ MUNICÍPIO: _____ UF: _____ ENDEREÇO DO ESTABELECIMENTO: _____ CARGO: _____ CBO Nº: _____ </p> <p> DATA DE ADMISSÃO: _____ DE _____ DE 19____ REGISTRO Nº: _____ REMUNERAÇÃO ESPECÍFICA: _____ DATA DE SAÍDA: _____ DE _____ DE 19____ CDM Nº: _____ FCT Nº DA CONTRA: _____ </p> </div>



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

META PROPAGANDA LTDA
NONA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL
C N P J nº 78.846.540/0001-88

ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER, brasileiro, separado judicialmente, publicitário, nascido na cidade de São Jorge do Ivaí-PR, em 04.11.1963, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto. 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 3.026.836-9/SSP-PR e CPF nº 481.993.469-49 e **KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER**, brasileira, solteira, maior, empresária, nascida na cidade de Maringá-PR, em 04.08.1988, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto. 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 10.506.541-8/SESP-PR e CPF nº 009.999.779-70, únicos sócios da sociedade **META PROPAGANDA LTDA**, sediada em Maringá-PR, à Avenida Euclides da Cunha nº 1.331, Zona 05, CEP 87.015-180, com contrato social arquivado no Cartório de registro Civil das Pessoas jurídicas da Comarca de Maringá-PR, Livro A-1, sob nº 1321 em 23.08.1985, resolvem assim alterar e consolidar o seu Contrato social mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA: SEDE E FORO: Fica transferida para a Avenida João Paulino Vieira Filho, Nº 1009, Edifício Novo Centro, Sala 08, Zona 01, CEP 87020-015, Maringá-PR.

CLÁUSULA SEGUNDA: Ficam inalteradas as demais cláusulas que não conflitam com as disposições do presente instrumento de alteração de contrato social.

CLÁUSULA TERCEIRA: À vista da modificação ora ajustada e em consonância com o que determina o art. 2.031 da Lei nº 10.406/2002, os sócios RESOLVEM, por este instrumento, atualizar e consolidar o contrato social, tornando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas contidas no contrato primitivo que, adequado às disposições da referida Lei nº 10.406/2002 aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:

META PROPAGANDA LTDA
CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL
C N P J nº 78.846.540/0001-88

ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER, brasileiro, separado judicialmente, publicitário, nascido na cidade de São Jorge do Ivaí-PR, em 04.11.1963, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto. 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 3.026.836-9/SSP-PR e CPF nº 481.993.469-49 e **KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER**, brasileira, solteira, maior, empresária, nascida na cidade de Maringá-PR, em 04.08.1988, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto. 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 10.506.541-8/SESP-PR e CPF nº 009.999.779-70, únicos sócios da sociedade **META PROPAGANDA LTDA**, sediada em Maringá-PR, à Avenida João Paulino Vieira Filho Nº 1009, Edifício Novo Centro, Sala 08, Zona 01, CEP 87020-015, com contrato social arquivado no Cartório de registro Civil das Pessoas jurídicas da Comarca de Maringá-PR, Livro A-1, sob nº 1321 em 23.09.1985.

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade gira sob o nome social **META PROPAGANDA LTDA**, tendo sede e foro em Maringá-PR, à Avenida João Paulino Vieira Filho Nº 1009, Edifício Novo Centro, Sala 08, Zona 01, CEP 87020-015 e terá seu prazo de duração por tempo indeterminado, iniciando suas atividades a partir de 01.08.1985, tendo como objetivo social o ramo de PROPAGANDA E PUBLICIDADE.

CLÁUSULA SEGUNDA: O Capital Social é de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais), divididos em 200.000 quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (Um real) cada uma, integralizadas em moeda corrente do País, assim subscrias:

Sócios	Quotas	%	Capital - R\$
ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER	180.000	90	180.000,00
KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER	20.000	10	20.000,00
TOTAL	200.000	100	200.000,00



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

META PROPAGANDA LTDA
NONA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL
CNPJ nº 78.846.640/0001-88

CLÁUSULA TERCEIRA: As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando-se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA QUARTA: A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA QUINTA: A administração da sociedade caberá ao sócio **ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER**, com os poderes e atribuições de ADMINISTRADOR, autorizado o uso do nome social, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens móveis da sociedade sem autorização do outro sócio.

CLÁUSULA SEXTA: Ao término de cada exercício social em 31 de Dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

CLÁUSULA SÉTIMA: Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador quando for o caso.

Parágrafo único: Os sócios serão avisados antecipadamente, através de telefone, e-mail, carta ou pessoalmente.

CLÁUSULA OITAVA: A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA NONA: Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA DÉCIMA: Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do sócio remanescente o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolve em relação a seu sócio.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: O Administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: As deliberações atenderão ao disposto nos artigos nº 999 emº 1010, do Código Civil.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: Os sócios não respondem subsidiariamente pelas obrigações sociais.

Handwritten signatures and initials on the right side of the page.



10.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

18.846.540/0001-88

META PROPAGANDA LTDA
NONA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL
CNPJ nº 78.846.540/0001-88

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: A sociedade é regida pela lei das Sociedades Limitadas de nº 10.406/02 (código civil), e como Lei Supletiva nº 6.404/76 (lei das sociedades anônimas).

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: Fica eleito o foro de Maringá, Estado do Paraná, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento, elaborado em três vias de igual teor e forma, em conformidade com a vontade dos sócios abaixo assinado juntamente com duas testemunhas.

Maringá-PR, 01 de Dezembro de 2016

ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER

KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER

Testemunhas

GLICERIO RAMPAZZO
RG. 6.726.340-7/SSP-PR

DILÊNIA RAMPAZZO
RG. 6.238.830-7/SSP-PR

ADVOGADO
ADALDO
OAB/PR 29.874

REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS - MARINGÁ - PR
Fone: (41) 3629-9493

Registro Civil das Pessoas Jurídicas
Averbação nº 18/1.321 Livro A-001

Maringá-PR, 16 de Janeiro de 2017.
Cidade: Vila de Oliveira
Esp. Registrada

Arquivo 1319 Protocolo 489.297

Selo Digital criado em 2006. Confira aqui sua validade e seu digital em http://seu.cnpj.com.br



À Comissão Permanente de Licitações do Município de Laranjeiras do Sul - PR



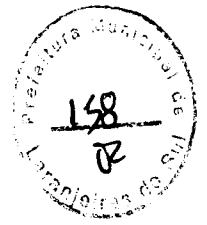
Referente: Concorrência n° 006/2018 – Contratação de serviços de publicidade
Edital retificado n° 04

NTV Imagem e Propaganda Ltda., pessoa jurídica de direito privado, CNPJ n° 78.785.276/0001-10, com endereço na Rua Castro Alves, 323, Vila Tolentino, Cascavel/PR, CEP 85.802-110, representada por **Nilson Sílvio Fante**, abaixo assinado, brasileiro, casado, empresário, RG 3.097.926-5 PR e CPF 469.010.949-49, vem respeitosamente perante à Comissão Permanente de Licitações do Município de Laranjeiras do Sul - PR, com base nas alíneas "a" e "b" do inciso I do artigo 109 da Lei 8.666/93 e itens 14.11 e 16.3 do edital da Concorrência em epígrafe, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face do julgamento das propostas técnicas, habilitação e notas atribuídas pela subcomissão técnica aos licitantes identificados nesta peça, o que faz pelas razões de fato e de direito a seguir.

1) Da tempestividade

Em 17/09/18 ocorreu a 2ª sessão pública da concorrência com a finalidade de realizar o cotejo entre as vias identificadas e vias não identificadas para identificar as autorias, elaborar a planilha geral com as pontuações atribuídas aos quesitos e proclamar o resultado do julgamento da proposta técnica.

Consta na ata da referida sessão que foi aberto prazo recursal de cinco dias



2) Dos fatos e fundamentos

O Município de Laranjeiras do Sul instaurou licitação na modalidade Concorrência, tipo técnica e preço, tendo por objeto a contratação de uma agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e *offline*, elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção.

O certame seguiu seu curso até que no dia 17/09 ocorreu a sessão pública de divulgação dos resultados do julgamento das propostas técnicas e elaboração da planilha de notas atribuídas, a partir da qual foi possível constatar falhas na documentação de alguns licitantes que embasam este recurso e ensejam a inabilitação de licitantes e/ou revisão de notas atribuídas pela subcomissão técnica.

Adiante demonstraremos com clareza os casos de inabilitação ou revisão.

Descumprimento do edital pela Casa da Comunicação e Meta Propaganda

No invólucro n° 3 – Demais informações integrantes da Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento), os licitantes *Casa da Comunicação e Meta Propaganda*, até aqui classificados em 1° e 3° lugar, respectivamente, claramente **descumpriram o item 10.1.1 ao deixarem de apresentar cópias autenticadas dos documentos, devendo ser inabilitadas do certame.**

Assim estabeleceu o edital da Concorrência n° 006/2018:

10.1 A Capacidade de Atendimento será composta dos seguintes quesitos, devendo os documentos:

10.1.1 Currículo resumido máximo de 5 linhas, com a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição do CONTRATANTE, pelo menos um de cada setor: direção de arte, redação, arte finalista, mídia, produção e atendimento, podendo ser acumuladas funções, comprovando as funções exercidas do vínculo empregatício (quer seja por registro em cartório).



Ambas as licitantes apresentaram cópias dos documentos de "Qualificação e quantificação de profissionais" para comprovar as funções exercidas do vínculo empregatício **sem as autenticações exigidas** e necessárias.

O edital é preciso ao determinar as consequências pelo descumprimento das regras. Vejamos os itens 12.5.7 e 15.3:

*12.5.7 A falta de quaisquer dos documentos aqui exigidos, ou sua **apresentação em desconformidade com o presente edital implicará na inabilitação da licitante**, mesmo se tratando de microempresa ou empresa de pequeno porte, ressalvado os documentos relativos à regularidade fiscal contidos no item 12.3, devendo ser observado o contido no item 12.3.11.*

*15.3 **Será inabilitada a licitante** que deixar de atender qualquer das condições exigidas em edital de licitação, que não apresentar todos os documentos exigidos ou **que os apresentarem incompletos, incorretos, rasurados ou contendo corretivos**, com a validade expirada ou de cujo teor não se possa inferir com precisão as exigências contidas em edital e a **veracidade dos mesmos**.
(grifo nosso)*

Está muito claro que as licitantes descumpriram a regra do edital e que este mesmo edital determina suas inabilitações.

Aqui compete abordar a necessária observância do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, previsto expressamente no artigo 3º da Lei 8666/93:

*Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e **será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos**.
(grifo nosso)*

A lei de licitações volta a enfatizar o mesmo princípio no artigo 41, vejamos:

*Art. 41. A Administração **não pode descumprir as normas e condições do edital**, ao qual se acha **estritamente vinculada**. (grifo nosso)*



Por vezes, este consagrado princípio é flexibilizado em nome da razoabilidade, proporcionalidade ou para se evitar excesso de formalismo, quando se trata de exigência *desnecessária* ou *inútil* aos objetivos da licitação.

Obviamente, não é o presente caso. Este entendimento não se aplica aqui.

O intuito da exigência de *cópias autenticadas* é cristalino: permitir a **checagem da veracidade e autenticidade** dos documentos apresentados. Evidente que não se trata de regra exagerada ou desnecessária, muito pelo contrário.

Caso os licitantes eventualmente discordassem do teor desse dispositivo, deveriam ter *impugnado* o edital no prazo assinalado no item 5.3.2.

Mas não o fizeram. Ao agir assim, validaram a regra do certame.

Exatamente pela importância dessa regra que a CPL deve observar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, aplicar os dispositivos do edital e inabilitar as licitantes *Casa da Comunicação e Meta Propaganda* pelo descumprimento do item 10.1.1 da Concorrência n° 006/2018.

Porém, caso a CPL *escolha descumprir* seu próprio edital de licitação e decida manter as licitantes habilitadas em relação a esse item, o que seria totalmente equivocado, mas admite-se apenas como hipótese para argumentar, a providência mínima que se espera é a atribuição de **nota zero** no quesito "10.3.2.1 Qualificação e quantificação dos profissionais" (Capacidade Técnica) às empresas citadas.

Como se não bastasse o descumprimento ao edital descrito acima, a licitante *Meta Propaganda* feriu ainda outro dispositivo editalício ao apresentar seu Plano de Comunicação sem o devido encadernamento em espiral. Vejamos:

9.4 O Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, deve obedecer os seguintes quesitos:

...

b) Caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; (grifo nosso)

Tal inconformidade pode facilmente ser verificada pela visualização do documento digitalizado, uma vez que não há qualquer sinal de perfuração nas páginas para colocação de espiral. Ou seja, a licitante deixou de apresentar seu Plano de Comunicação em caderno único...



Desnecessário se estender na argumentação acerca da importância de se observar a regra que trata do encadernamento, mas não podemos deixar de citar que tal fato pode ser entendido como uma forma *indireta* de identificação do licitante.

Um dos pilares do formato de licitação da Lei n° 12.232/10 para a contratação de serviços de publicidade compreende o *sigilo* quanto à autoria das propostas.

Este sigilo somente é possível pela análise de vias *não identificadas* dos planos de comunicação e em razão de *padronizações estéticas* e de formatação previstas na lei e, por consequência, nos editais de licitação.

Para que os responsáveis pela avaliação técnica não conheçam a identidade dos licitantes, o legislador tornou obrigatório que uma das vias do plano de comunicação esteja *sem identificação* oficial do licitante (nome, logomarca, etc) e definiu a *padronização dos elementos formais desses planos*.

Sendo assim, além da **forma direta**, que envolve a não identificação oficial de uma via do plano de comunicação, buscou-se também evitar **formas indiretas** de identificação, ou seja, detalhes na proposta que sirvam para reconhecer um licitante, tais como marcas, fontes ou **características no material apresentado**.

A inconformidade na apresentação do Plano de Comunicação pela *Meta Propaganda* não poderá ser tolerada pela CPL, que deverá inabilitar/desclassificar a empresa nos termos do inciso XIV do art. 6° da Lei 12.232/10:

Art. 6° A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2°, e às seguintes:

...

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

Descumprimento do edital pela Blanco Lima

Assim como a licitante *Meta Propaganda*, a empresa *Blanco Lima* também descumpriu o item 9.4 "b", ao não apresentar seu Plano de Comunicação em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda. O fato pode ser constatado pela visualização do documento digitalizado, que não



Descumpriu também o item 10.1.1 ao deixar de indicar profissional do setor "mídia" na "Qualificação e quantificação de profissionais" e por não apresentar cópias autenticadas dos documentos, mas sim cópias (sem autenticação) das vias dos documentos que possuíam a autenticação. Por tais razões, deverá ser inabilitada.

Descumprimento do edital pela Dopps+Lucom Comunicação Integrada

Em 02/08/2018 o presidente da CPL emitiu Nota Explicativa visando sanar dúvidas de uma proponente que solicitou esclarecimentos, informando que:

*No item 9.4.5 (Estratégia de mídia e não mídia) os textos devem seguir as orientações do item 9.4., e, como este item não pediu espaçamento entre linhas, os textos do item 9.4.5 **deve ser redigidos sem espaçamento entre linhas (simples)**. (sic)
(grifo nosso)*

Ocorre que a licitante *Dopps+Lucom* não observou essa exigência e apresentou a Estratégia de Mídia e Não Mídia no seu Plano de Comunicação com espaçamento 1,5 descumprindo o edital e a Nota Explicativa.

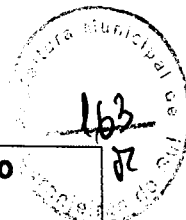
Pelos mesmos argumentos já expostos neste recurso em relação ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório e à possibilidade de identificação *indireta*, a falha não deve ser tolerada sob o pretexto de excesso de formalismo.

Assim, pugna-se pela inabilitação da licitante ou, ao menos, a revisão da avaliação pela subcomissão técnica com desconto substancial da nota atribuída neste quesito, uma vez que a subcomissão não mencionou tal ocorrência (portanto, não houve desconto de nota), o que evidencia ter a falha passado despercebida.

Cabe mencionar também que a *Dopps+Lucom* enviou roteiro de TV ao invés de *spot* para rádio.

Descumprimento do edital pela Olé Propaganda

A licitante Olé Propaganda demonstrou inconsistência entre os setores de atuação exigidos e a função efetivamente exercida e comprovada do profissional em



Nome	Setor indicado (10.1.1)	Função segundo vínculo empregatício
Luana Valério	Redação e Mídia	Assessora de Imprensa
Fabrcio Maciel de Carvalho	Direção de arte	Planejamento criativo e desenvolvimento de peças
Karen Cristina Zavadzki Maier	Arte finalista	Consultoria e Planejamento Estratégico

Tais inconsistências não foram constatadas pela subcomissão técnica, que deverá inabilitar a proponente ou reavaliar a proposta neste quesito, aplicando redução da nota atribuída.

Descumprimento do edital pela agência Hey

Na primeira página de seu Plano de Comunicação – Raciocínio básico, a licitante apresentou o texto em 28 linhas, em desacordo com as obrigatórias 30 linhas estabelecidas no item 9.4.1, conforme segue:

*9.4.1 Raciocínio básico – apresentado na forma de texto, contendo no máximo 02 (duas) laudas, fonte arial, tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5, **sendo 30 linhas por lauda**, onde a licitante deverá demonstrar o entendimento sobre as informações contidas no briefing, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Laranjeiras do Sul, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
(grifo nosso)*

Em razão dos aspectos já demonstrados neste recurso a respeito da vinculação ao instrumento convocatório (fls. 3 e 4) e o sigilo quanto à autoria das propostas (fls. 5), referida licitante deverá ser inabilitada. Caso a CPL decida por não a desclassificar, ao menos a subcomissão técnica deverá rever a nota atribuída, aplicando uma redução em virtude do descumprimento da regra do edital.

3) Dos pedidos

Requer o recebimento e acolhimento deste recurso administrativo, para que:



- b) Caso não sejam inabilitadas/desclassificadas as empresas conforme item "a" (não é o que se espera), que sejam atribuídas nota zero para as atuais 1ª e 3ª colocadas, no quesito "Qualificação e quantificação dos profissionais" da Capacidade Técnica (item 10.3.2.1) e ocorra desconto substancial nas notas das demais licitantes, pelos motivos já expostos;
- c) Seja a recorrente classificada em primeiro lugar no julgamento das propostas técnicas, após as devidas correções na planilha de notas atribuídas e julgamento das propostas, como consequência do presente recurso.

Nestes Termos, Pede Deferimento.

Cascavel, para Laranjeiras do Sul, 8 de outubro de 2018.

Nilson Silvio Fante
NTV Imagem e Propaganda Ltda.



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

Concorrência 006/2018

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

9 de outubro de 2018 16:18

Para: producao@doppslu.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

COMUNICADO

De: Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

Data: 09 de outubro de 2018.

Referente: C.P. 006/2018-PMLS.

Tendo em vista o fim do prazo para recursos na data de 08/10/2018, encaminho o link para download dos arquivos digitalizados dos recursos recebidos na Concorrência 006/2018, sendo que o prazo para contra recursos inicia-se em 10/10/2018 e termina em 17/10/2018.

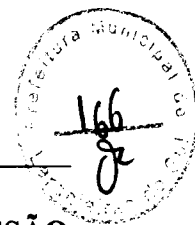
Atenciosamente,

Gilson Ferreira Cella
Presidente CPL

LINK PARA DOWLOAD:

www.laranjeirasdosul.pr.gov.br/licita/arquivosdigitaiscp0062018contrarrazoes.rar

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



ILMO. SR. GILSON FERREIRA CELLA - PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÃO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL -
PARANÁ.

CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Recabi 16/10/2018
J. Gilson

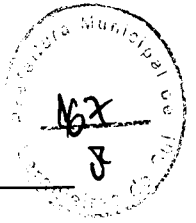
CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA.

pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 04.696.947/0001-30, com sede nesta cidade na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, Paraná, neste ato representado por seu sócio **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado na cidade de Ponta Grossa, por seu procurador e signatário desta (instrumento de mandato anexo), vem à presença de Vossa Senhoria apresentar suas **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto pela licitante BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, que pelas razões que passa a expor:

OBJETO DO EDITAL

Conforme se vê do Edital, o objeto da Licitação – modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, tipo **MELHOR TÉCNICA E PREÇO Nº 006/2018** é o seguinte:

CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE



OBJETO DO RECURSO - AUTENTICAÇÃO - DESNECESSIDADE

A licitante no presente recurso alega o descumprimento do Edital por não ter a empresa recorrida autenticado as cópias de contrato de trabalho de seus funcionários.

Contudo, tal alegação não pode prevalecer uma vez que **a obrigatoriedade de autenticação se restringe aos documentos que compõe a habilitação** nos termos do artigo 32 da Lei 8.666/93, tratados no Edital no item XII - **DOCUMENTAÇÃO - Quinto invólucro:**

Art. 32. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão da imprensa oficial.

No caso os documentos referidos tratam-se de cópias de registro em carteira de trabalho que comprovam o vínculo empregatício e as funções exercidas pelos funcionários, não se tratando, portanto, de documentos para habilitação da recorrida o que afasta a necessidade de autenticação.

Esta circunstância estritamente legal (necessidade de autenticação somente dos documentos de habilitação) é suficiente para afastar a necessidade da exigência (autenticação da carteira de trabalho) e conseqüentemente o pedido de inabilitação.

Note-se ainda que a empresa recorrida já declarou expressamente "*serem autênticos todos os documentos apresentados*", através do Anexo V - **DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE** o que certamente também supre a exigência editalícia.

Porém, acaso a Comissão de Licitação entenda pela legalidade do contido Edital quando exige "*cópias autenticadas*", há que se observar que **a dispensa de autenticação de documentos foi expressamente determinada Lei Federal nº 13.726/18**, recentemente sancionada:

Art. 3º Na relação dos órgãos e entidades dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios com o cidadão...

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



II - autenticação de cópia de documento, cabendo ao agente administrativo, mediante a comparação entre o original e a cópia, atestar a autenticidade;

Portanto, **não pode mais a administração pública exigir a autenticação de documento**, cabendo ao agente administrativo, por simples comparação entre o original e a cópia atestar sua autenticidade.

Em razão da fase do certame e da edição da Lei Federal que dispensa a autenticação, deve a Comissão de Licitação atestar a autenticidade dos documentos apresentados por meio de cópia, em consonância com o art. 43, § 3º, da Lei 8.666/93.

Art. 43. A licitação será processada e julgada com observância dos seguintes procedimentos:

...
§ 3º É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

Diante deste quadro, não se verifica óbice jurídico que o licitante apresente a cópia simples e, simultaneamente ou quando requisitado, exiba o documento original para que seja atestado a sua autenticidade. **Desta forma, a partir de agora, a cópia simples será inserida no envelope de documentos ou proposta e quando aberto, a Comissão de Licitação ou Pregoeiro requisitará ao licitante que exiba o documento original para confrontá-lo com a cópia.**

Tal conduta, além de atender ao princípio da legalidade, prestigia ainda aos princípios do formalismo moderado nas licitações e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

O próprio Tribunal de Contas da União, em doutrina de sua lavra há tempos já seguia o que a Lei agora determina:

Sempre que a autenticidade de algum documento em licitação gerar dúvida, deve o responsável exigir do licitante, para efeito de confrontação...



Nesta linha ainda, a recorrente não questiona ou impugna o conteúdo do documento (carteiras de trabalho), ou seja, não questiona a Capacidade de Atendimento da recorrida, a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura de Laranjeiras do Sul.

Veja-se o entendimento do STJ - Superior Tribunal de Justiça sobre o tema:

Documento. Fotocópia. Impugnação. A impugnação a documento apresentado por cópia há de fazer-se com indicação do vício que apresente se o impugnante tem acesso ao original. Não se há de acolher a simples afirmação genérica e imprecisa de que não autêntico. Recurso especial. Inviabilidade para reavaliação da prova. (REsp 94.626/RS, Rel. Ministro EDUARDO RIBEIRO, TERCEIRA TURMA, julgado em 16/06/1998, DJ 16/11/1998, p. 86)

Diante da manifestação do Superior Tribunal de Justiça, a alegação da falta de autenticação do documento somente poderá ser conhecida quando também for alegado vício no seu conteúdo, o que no caso não foi feito, pelo que também por este motivo deve ser negado provimento ao recurso.

QUESTIONAMENTO - LINHA CRIATIVA - REVISÃO DE NOTAS - IMPOSSIBILIDADE

A recorrente alega de forma extremante subjetiva e genérica, que não foram atribuídas à recorrida notas condizentes com sua proposta. Sustenta que as empresas Casa da Comunicação e Meta, não apresentaram propostas técnicas condizentes com o *briefing*, pois as empresas não têm conhecimento da realidade como um todo do município; do trabalho realizado pela Gestão Pública; não explicitam investimentos nas obras e serviços comunitários, tecendo comentários que no seu particular modo de entender são preponderantes. Pede para rever a classificação e as notas da recorrida (?).

Conforme se vê do recurso, a recorrente nada mais faz do que uma narração, eminentemente subjetiva e parcial, questionando as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, postulando uma revisão de classificação e de notas.

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



Como é sabido o processo de licitação deve atender o contido na Lei 12.232/2010. A seleção dos licitantes para prestar o serviço contido no Edital segue procedimento específico previsto na citada lei (artigo 11), **sendo claro que as propostas analisadas pela subcomissão técnica não são identificadas, ou seja, somente por ocasião da apuração dos resultados, é revelada a autoria do plano de comunicação publicitário** (art. 11, § 4º, inciso, inciso VII, letras “a” e “b”).

Justamente é esse o espírito da lei. Permitir um julgamento com total isenção ou imparcialidade, pois os julgadores desconhecem quem são os autores das propostas técnicas analisadas.

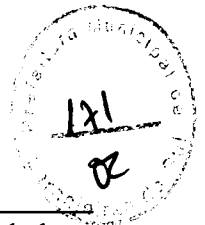
Neste sentido, inclusive, é permitido ao licitante impugnar pessoa integrante da subcomissão (artigo 10, § 5º).

Tudo isso foi plenamente observado no certame, tanto que a recorrente, não traz no seu recurso nenhum questionamento quanto a não observação das regras do procedimento licitatório ou alguma ilegalidade praticada. Pretende tão somente “revisão das notas”, o que se mostra inviável.

Porém, se de um lado a lei busca de todas as formas de preservar o julgamento objetivo e técnico das propostas indicando os respectivos quesitos (artigos 7º e 8º da Lei 12.232/2010) e assegurar que os julgadores sejam pessoas que atuem na área de comunicação, publicidade e marketing (artigo 10), por outro, **deve ser respeitado o posicionamento da Subcomissão Técnica no julgamento das propostas, sem qualquer interferência.**

O que não se pode admitir, que o mero descontentamento da licitante seja motivo para interposição de recurso.

É pressuposto recursal a presença, ainda que mínimo, de algum conteúdo/fundamento jurídico para recorrer, o que não ocorreu no presente caso, não podendo o recurso ser conhecido, o que desde logo se requer.



Primeiro porque a Lei 12.232/2010 estabelece que a **única situação em que se autoriza a reavaliação de pontuação de um quesito é a prevista no artigo 6º, inciso VII e deve ser feito pela própria Subcomissão Técnica**, inclusive, antes de saber a autoria da proposta técnica (sendo desnecessário maior aprofundamento sobre o tema). Porém, neste sentido, o recurso de Blanco Lima nada questiona.

Segundo porque fere aspectos básicos da licitação publicitária que é a **autonomia da subcomissão técnica e o julgamento sem o conhecimento da autoria das propostas técnicas. Em última análise fere o princípio da legalidade e da isonomia.**

Ora, como próprio nome diz o julgamento é feito por subcomissão **“técnica”** com base em quesitos **“objetivos”** (artigo 7º e 8º da Lei), sendo que no momento do julgamento, a Subcomissão desconhece a autoria das propostas.

Assim, não pode a Comissão de Licitação, como pretende a recorrente no seu recurso **“revisão de notas”** sob pena de interferir no julgamento técnico da Subcomissão, o que fere a legislação específica.

Igualmente nesta fase do procedimento, a subcomissão fica impedida de nova análise da pontuação atribuída aos licitantes, a não ser para correção de erro material, o que não é caso. É que o sigilo, previsto em lei, tem por objetivo prevenir o direcionamento da licitação ou o favorecimento de um ou outro licitante. Obviamente, que pelo mesmo motivo, é vedada a revisão de notas, o que, aliás, não está previsto na lei.

Tal circunstância poderá tornar a **“revisão de notas”** subjetiva e parcial, que é exatamente o que visa evitar a legislação.

Em conclusão, também quanto às notas deve ser negado provimento ao recurso, seja por não haver previsão legal de realização de revisão na forma requerida pela licitante, seja por impossibilidade da Comissão de Licitação poder intervir no julgamento da Subcomissão Técnica, determinando que se proceda a nova avaliação.

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



PEDIDO

Diante do exposto se requer seja negado provimento ao recurso interposto por ausência de fundamento legal, com a manutenção da decisão de habilitação da recorrida.

Termos em que,
Pede deferimento.

Ponta Grossa, 12 de outubro de 2018.

José Valdeci da Rosa

OAB/PR 20.282



CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA
CONTRATO SOCIAL

CÁSSIA CIBELE CONSUL, brasileira, solteira, maior, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa -PR., à Rua: Frederico Balhs, nr. 112 apto. 12, portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **ELOIR RODRIGUES DA SILVA**, brasileiro, solteiro, maior, estudante, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR., à Rua: Comendador Miró, nr. 880 apto. 03, portador da C.I.RG.NR. 7.246.103-7/Pr e C.P.F. NR. 027.390.399-30 e **ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**, brasileiro, solteiro, maior, estudante, residente e domiciliado em Ponta Grossa- Pr., à Rua: Comendador Miró, nr. 880, apto. 02, portador da C.I. RG.NR. 4.860.310-6/Pr e C.P.F.NR. 812.679.919-68 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, solteiro, maior, estudante, residente e domiciliado em Ponta Grossa - Pr., à Rua: Frederico Balhs, nr. 112 apto.12, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/Pr e C.P.F. NR.035.288.239-50, resolvem de comum acordo constituir uma empresa de Sociedade Civil Por Quotas de Responsabilidade Limitada, conforme as cláusulas a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA: NOME EMPRESARIAL E ENDEREÇO.

A sociedade girará sob o nome empresarial de : **CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**, com sede e foro em **Ponta Grossa/PR., à Rua: SETE DE SETEMBRO, nr. 425 - Centro CEP. 84010-350.**

CLÁUSULA SEGUNDA: OBJETO SOCIAL.

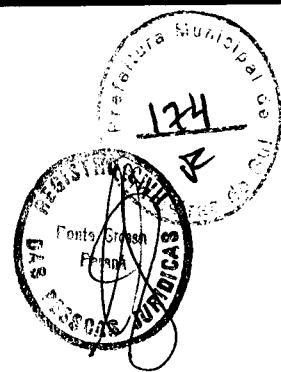
A sociedade terá pôr objeto social : **ASSESSORIA DE IMPRENSA E EMPRESARIAL, AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS.**

CLÁUSULA TERCEIRA: INÍCIO DE ATIVIDADES.

A sociedade terá início de suas atividade em **20/10/2001** e será pôr tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUARTA: CAPITAL SOCIAL.

O Capital Social : R\$10.000,00 (Dez mil reais), dividido em 10.000 (Dez mil) quotas no valor de R\$-1,00(hum real) cada uma, totalmente integralizado e realizado neste ato em moeda corrente do País.



CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA

CONTRATO SOCIAL

CLÁUSULA QUINTA: QUADRO SOCIETÁRIO.

SÓCIOS	Capital Social	Quotas	%
CÁSSIA CIBELE CONSUL	R\$ 2.500,00	2.500	25%
ELOIR RODRIGUES DA SILVA	R\$ 2.500,00	2.500	25%
ALEXANDRE MOTTA CONTIERO	R\$ 2.500,00	2.500	25%
MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA	R\$ 2.500,00	2.500	25%
TOTAL	R\$-10.000,00	10.000	100%

A responsabilidade dos sócios é limitada a importância total do Capital Social.

CLÁUSULA SEXTA: DO FALECIMENTO OU RETIRADA DE SÓCIOS.

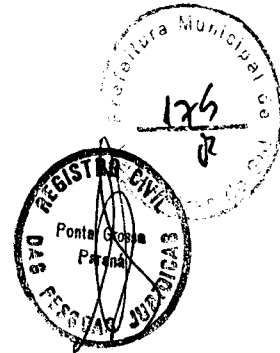
O falecimento de qualquer um dos sócios não dissolverá ou extinguirá a sociedade que continuará com os remanescentes ou ficando os herdeiros e sucessores subrogados nos direitos e obrigações do "de cujus" podendo nela fazerem-se representar, enquanto indiviso o quinhão respectivo pôr um dentre eles devidamente credenciado pêlos demais.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Para apuração do valor das quotas e demais haveres do sócio falecido, a sociedade deverá recorrer aos serviços de uma empresa de auditoria, de notória idoneidade. Os valores encontrado pela mesma serão pagos em 06(seis) prestações iguais e mensais, vencendo-se a primeira 60(sessenta) dias após o falecimento e as demais em igual dia dos meses subseqüente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Mediante acordo os sócios superstites, os herdeiros poderão ingressar na sociedade, caso não haja mais impeditivo legal quanto a sua capacidade jurídica.

CLÁUSULA SÉTIMA: INDIVISIBILIDADE DAS QUOTAS.

As quotas da sociedade são indivisíveis e não poderão ser transferidas ou alienadas a qualquer título a terceiros sem o consentimento unânime dos demais sócios, cabendo a estes, o direito de preferência na sua aquisição nas proporções das quotas que possuírem.



CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA

CONTRATO SOCIAL

CLÁUSULA OITAVA: PRÓ-LABORE.

Aos serviços que prestarem a sociedade, perceberão os sócios a título de pró-labore, o valor acordado entre as partes.

CLÁUSULA NONA: ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE.

A sociedade será administrada pôr um ou mais gerentes, a quem compete privativamente o uso da firma e a representação ativa e passiva, judicial e extra judicial da sociedade, sendo-lhes entretanto vedado o seu emprego sob qualquer pretexto ou modalidade, em operações ou negócios estranhos ao objeto social da, especialmente a prestação de avais, endossos, finanças ou caução de favor.

CLÁUSULA DÉCIMA : DELIBERAÇÕES.

As deliberações sociais ainda que impliquem em alteração contratual, poderão ser tomadas pêlos sócios que representem no mínimo 2/3 (dois terços) do capital social.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: DESEMPEDIMENTO.

Os sócios declaram não estarem incurso em nenhum dos crimes previstos em Lei que os impeçam de exercerem a atividade mercantil.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: GERÊNCIA.

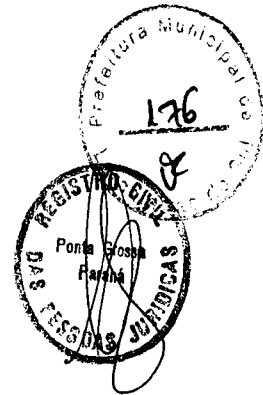
Fica investido na função de gerente a sócia: **CÁSSIA CIBELE CONSUL** e está dispensado da prestação de caução.

E pôr estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento em três vias de igual teor e forma, obrigando-se a sí e seus herdeiros a cumpri-lo fielmente, juntamente com duas testemunhas na forma da Lei.

UBIRACI PEREIRA MESSIAS JUNIOR
Escrevente

3º OFÍCIO DE NOTAS
R: Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1810

3º OFÍCIO DE NOTAS

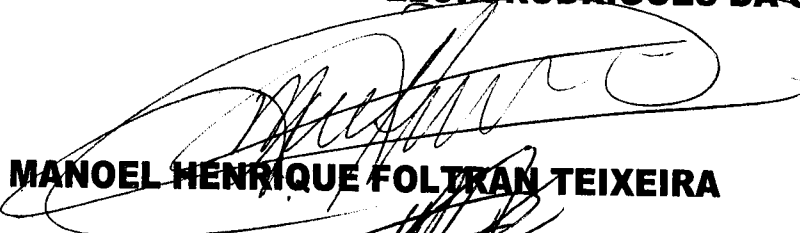


CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA
CONTRATO SOCIAL

Ponta Grossa, 25 de setembro de 2001

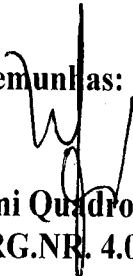

CÁSSIA CIBELE CONSUL


ELOIR RODRIGUES DA SILVA


MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA


ALEXANDRE MOTTA CONTIERO

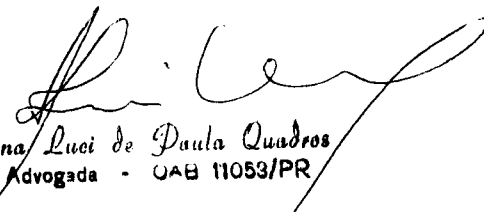
Testemunhas:


Noemi Quadros de Macedo
C.I.R.G.NR. 4.064.014-6/PR.


Giovana Gonçalves Cordeiro
C.I.R.G.NR. 5.587.378-0/PR.

DIRACI PEREIRA MESSIAS JUNIOR
Escrivente

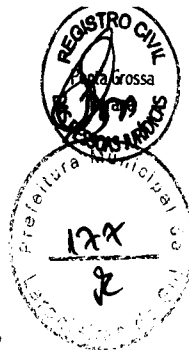
3º OFÍCIO DE NOTAS
R. Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1310


Ana Luci de Paula Quadros
Advogada - OAB 11053/PR

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



CÁSSIA CIBELE CONSUL, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, solteira, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Anita Garibaldi, nº 1489, São José, CEP 84015-050, portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **ELOIR RODRIGUES DA SILVA**, brasileiro, natural de Apucarana, estado do Paraná, solteiro, nascido em 06/07/1978, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR., à Rua: Theodoro Rosas, 1.007, Apto 01, Centro, CEP 84010-180, portador da C.I.RG.NR. 7.246.103-7/SSP-PR e C.P.F. NR. 027.390.399-30, **ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**, brasileiro, natural de Londrina, estado do Paraná, solteiro, nascido em 22/02/1972, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- Pr., à Rua: Comendador Miró, nr. 880, apto. 02, CEP 84010-160, portador da C.I. RG.NR. 4.860.310-6/SSP-PR e C.P.F.NR. 812.679.919-68 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, solteiro, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84010-350, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa – Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, resolvem por **DELIBERAÇÃO MAJORITÁRIA, ALTERAR e ADEQUAR** o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA: RETIRADA DE SÓCIOS.

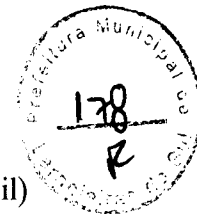
Retira-se da sociedade o sócio **ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**, possuidor de 2.500 (Duas mil e quinhentas) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, perfazendo um total de R\$2.500,00 (Dois mil e quinhentos reais), livre e desembaraçadas de qualquer ônus, transfere por venda, a totalidade das mesmas ao sócio remanescente **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA** e retira-se da sociedade o sócio **ELOIR RODRIGUES DA SILVA**, possuidor de 2.500 (Duas mil e quinhentas) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, perfazendo um total de R\$2.500,00 (Dois mil e quinhentos reais), livre e desembaraçadas de qualquer ônus, transfere por venda, a totalidade das mesmas a sócia remanescente **CASSIA CIBELE CONSUL**.

PARÁGRAFO ÚNICO – O sócio cedente responderá solidariamente

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



CLÁUSULA SEGUNDA: CAPITAL SOCIAL

O Capital Social no valor de R\$10.000,00 (Dez mil reais), representado por 10.000 (Dez mil) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, ficará assim distribuído entre os sócios.

SÓCIOS	Capital	Nº Quotas	%
Cássia Cibele Consul	R\$5.000,00	5.000	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	R\$5.000,00	5.000	50%
TOTAL	R\$10.000,00	10.000	100,00%

CLÁUSULA TERCEIRA A responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital de cada um, porém, todos respondem solidariamente pela integralização do capital.

CLÁUSULA QUARTA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE.

Fica investido na função de administrador a sócia **CÁSSIA CIBELE CONSUL**, autorizado o uso individual do nome empresarial, cabendo a responsabilidade ou representação ativa e passiva da sociedade, em juízo ou fora dele, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, perante todos os órgãos públicos da União, Estados ou Municípios, e a administração de todos os negócios sociais perante terceiros, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhes, entretanto, expressamente vedado o uso da Sociedade em avais e fianças em transações estranhas aos objetivos sociais.

PARÁGRAFO ÚNICO: - É vedado a designação de administradores não sócios.

CLÁUSULA QUINTA :DESEMPEDIMENTO.

Os administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, de peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

CLÁUSULA SEXTA: ADEQUAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL, CONFORME LEI 10.406 DE 10/01/2002.

À vista da nova legislação, ADEQUASSE o Contrato Social, com a seguinte redação:

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



CLÁUSULA SEGUNDA - A Sociedade terá por objeto o ASSESSORIA DE IMPRENSA E EMPRESARIAL, AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS.

CLÁUSULA TERCEIRA - A Sociedade terá sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, em Ponta Grossa/PR, CEP. 84.010-350.

CLÁUSULA QUARTA - A Sociedade iniciou-se em 20 de setembro de 2001 e seu prazo é indeterminado.

CAPITULO II - DO CAPITAL SOCIAL

CLÁUSULA QUINTA - O Capital Social, será de R\$10.000,00 (Dez mil reais), composto por 10.000 (Dez mil) quotas no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, subscrito e totalmente realizado neste ato em moeda corrente do País.

CLÁUSULA SEXTA - O capital de R\$10.000,00 (Dez mil reais), totalmente subscrito e realizado nesta ato, em moeda corrente do País, ficará assim distribuído entre os sócios:-

SÓCIOS	Capital	Nº Quotas	%
Cássia Cibele Consul	R\$5.000,00	5.000	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	R\$5.000,00	5.000	50%
TOTAL	R\$10.000,00	10.000	100,00%

CLÁUSULA SÉTIMA - As quotas da Sociedade são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento dos outros sócios, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

PARÁGRAFO ÚNICO - O sócio cedente responderá solidariamente juntamente com os sócios cessionários adquirentes perante a Sociedade e terceiros, pelas obrigações que tinha como sócio, durante dois anos.

CLÁUSULA OITAVA - A responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital de cada um, porém todos respondem solidariamente pela integralização do capital

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



CAPÍTULO III - DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

CLÁUSULA NONA- Fica investido na função de administrador a sócia **CÁSSIA CIBELE CONSUL**, autorizado o uso individual do nome empresarial, cabendo a responsabilidade ou representação ativa e passiva da sociedade, em juízo ou fora dele, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, perante todos os órgãos públicos da União, Estados ou Municípios, e a administração de todos os negócios sociais perante terceiros, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhes, entretanto, expressamente vedado o uso da Sociedade em avais e fianças em transações estranhas aos objetivos sociais.

PARÁGRAFO ÚNICO: - É vedado a designação de administradores não sócios.

CLÁUSULA DÉCIMA: Pelos serviços que prestarem à sociedade, perceberão os sócios a título de remuneração "Pró-Labore", quantia mensal fixada em comum acordo entre os sócios.

CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – As deliberações sociais que não necessitem o consenso de todos os sócios, nos termos do Código Civil, serão tomadas em reunião dos sócios que representem a maioria absoluta do Capital.

PARÁGRAFO ÚNICO – Para realização das reuniões dos sócios, quando necessárias, estes serão convocados através de cartas convites, com antecedência mínima de sete dias.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - As eventuais dúvidas oriundas do presente contrato serão disciplinadas supletivamente pelas normas aplicáveis às Sociedades Anônimas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - Se os sócios que representem a maioria absoluta do capital social entender que um ou mais sócios estiver, comprovadamente, pondo em risco a continuidade da Empresa, poderão estes serem excluídos por justa causa da Sociedade.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – A Sociedade não terá conselho fiscal.

CAPÍTULO IV - DO BALANÇO PATRIMONIAL, RESULTADO ECONÔMICO E SUA DESTINAÇÃO

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - Anualmente de acordo com o calendário civil

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



CAPÍTULO V – DO FALECIMENTO DE SÓCIOS

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: O falecimento de qualquer um dos sócios não dissolverá ou extinguirá a Sociedade, que continuará com os remanescentes ou ficarão os herdeiros e sucessores sub-rogados nos direitos e obrigações do “de cujus” podendo nela se fazerem representar enquanto indiviso o quinhão respectivo por um dentre eles credenciado pelos demais.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Para apuração do valor das quotas e demais haveres do sócio falecido, a sociedade deverá recorrer aos serviços de uma empresa de auditoria. Os valores encontrado pela mesma serão pagos em 36 (trinta e seis) prestações iguais e mensais, vencendo-se a primeira em 60 (sessenta) dias após o falecimento e as demais em igual dia dos meses subsequentes.

PARÁGRAFO SEGUNDO – Mediante acordo entre os sócios supérstites, os herdeiros poderão ingressar na Sociedade, caso não haja impeditivo quanto a sua capacitação legal e jurídica para o ingresso e/ou exercício das atividades inerentes ao ramo explorado pela Sociedade.

PARÁGRAFO TERCEIRO – Aplica-se a sistemática do parágrafo primeiro para a apuração e pagamento de haveres e direitos do sócio que desejar ser desligado da Sociedade ou excluído conforme o disposto na cláusula décima terceira.

PARÁGRAFO QUARTO - Fica facultado o pagamento em menor ou maior número de parcelas, previsto no parágrafo primeiro, desde que não seja abalada a situação econômica e financeira da Sociedade.

CAPÍTULO VI – ADMINISTRADORES

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – Os administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, de peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: Fica eleito o foro da Comarca de Ponta Grossa, Paraná, para o julgamento das causas decorrentes deste contrato.

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



CLÁUSULA DÉCIMA NONA: Os sócios concordam com as cláusulas e parágrafos e com as disposições ADEQUADAS neste instrumento, das quais os sócios declaram ter pleno conhecimento.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, juntamente com as testemunhas o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 05 de junho de 2.003.

CASSIA CIBELE CONSUL

ELOIR RODRIGUES DA SILVA

MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

Testemunhas:

Noemi Quadros de Macedo
C.I.R.G. nº 4.061.014-6/SSP-PR

Giovana Gonçalves Cordeiro
C.I.R.G nº 5.587.378-0/SSP-PR

AMAURI C. ALVES
Advogado - OAB 21891

UBIRACI PEREIRA MESSIAS JUNIOR
Escritor

OFÍCIO DE NOTAS
R. Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1310

57

Tabellionato de Notas
Exclusivo para
Autenticação de Cópia
FOW19750

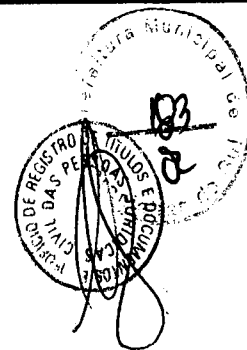
Ponta
Grossa 05 OUT. 2003

AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia
extraída destas notas conforme
o original apresentado. Dou Fé.

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Segunda Alteração Contratual



CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, casada com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Do Rosário, nº1.150 Apto. 11 portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, casado com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84010-350, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa - Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, e primeira alteração contratual em 30/06/2003, resolvem **ALTERAR** o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA: AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL.

O Capital social passa para: **R\$90.000,00 (noventa mil reais)**, com o aumento de R\$80.000,00 (oitenta mil reais) sendo que R\$60.000,00 (sessenta mil reais) integralizado no ato em moeda corrente do País, totalizando o valor de R\$70.000,00 (setenta mil reais) realizado e integralizado e R\$20.000,00 (vinte mil reais) a realizar após 365 dias a contar do dia 01/08/2005.

CLÁUSULA SEGUNDA: DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

O Capital Social no valor de R\$90.000,00 (Noventa mil reais), representado por 90.000 (Noventa mil) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, ficará assim distribuído entre os sócios.

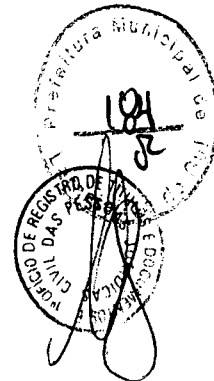
SÓCIOS	Capital	Nº Quotas	%
Cássia Cibele Cônsul Teixeira	R\$45.000,00	45.000	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	R\$45.000,00	45.000	50%
TOTAL	R\$90.000,00	90.000	100,00%

CLÁUSULA TERCEIRA: Os sócios concordam com as cláusulas e parágrafos e com as disposições Alteradas neste instrumento, das quais os sócios declaram ter pleno conhecimento.

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Segunda Alteração Contratual



E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, juntamente com as testemunhas o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 01 de Agosto de 2005


CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA


MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

IRACI PEREIRA MESSIAS JUNIOR
Escritor

3º OFÍCIO DE NOTAS
R: Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1310

57
Tabellionato de Notas
Exclusivo para
Autenticação de Cópia

FOW19753

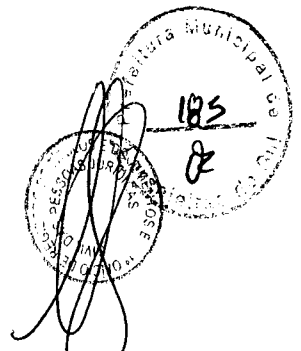
Ponte
Grossa 02 OUT 2010

AUTENTICAÇÃO
Autentica a presente cópia
extraída destas notas conforme
o original apresentado. Dou Fé.

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Terceira Alteração Contratual



CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, casada com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Do Rosário, nº1.150 Apto. 11 portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, casado com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA**, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84010-350, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa – Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, resolvem ALTERAR o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA: ALTERAÇÃO DE ENDEREÇO.

O novo endereço passa para: **RUA DESEMBARGADOR LAURO LOPES, Nº 188 JARDIM CARVALHO, CEP 84015-710 EM PONTA GROSSA – PR.**

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 05 de Maio de 2009

3º OFÍCIO DE NOTAS
R: Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1310

CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

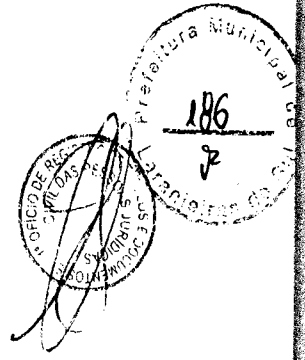
Ponta Grossa 02 OUT 2009

AUTENTICAÇÃO

Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Quarta Alteração Contratual




CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, casada com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Do Rosário, nº1.150 Apto. 11 portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, casado com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA**, com sede na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84015-710, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa – Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, resolvem ALTERAR o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA: ALTERAÇÃO DE OBJETO SOCIAL

O novo objeto social passa para: **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.**

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 04 de Março de 2010


CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

3º OFÍCIO DE NOTAS
R: Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1310

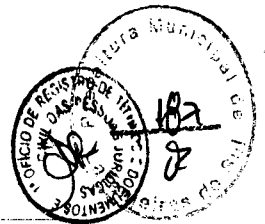
Ponta Grossa 04 de Mar. 2010

Autêntico e presente cópia extraída nos autos conforme o original em 04 de Mar. 2010

CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA brasileira, natural de Ponta Grossa/PR, nascida em 24/11/1978, casada em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, registrada no FENAJ matrícula nº 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portadora da C.I.R.G. 6.060.897-0/SSP-PR e CPF nº 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão/PR, nascido em 17/05/1977, casado em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portador da C.I.R.G. 5.334.089-0/SSP-PR e CPF 035.288.239-50, únicos sócios componentes da empresa que gira sob o nome empresarial **CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA**, com sede em Ponta Grossa/PR na Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710, registrada no cartório Privativo de Registro de Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa/PR sob nº 2.229 do livro A-4 em sessão de 28/09/2001, resolvem de comum acordo ALTERAR e CONSOLIDAR o citado instrumento conforme as cláusulas a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - ALTERAÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA E NOVA DENOMINAÇÃO SOCIAL

A natureza jurídica passa a ser de Sociedade Simples. Face à transformação da natureza jurídica, a sociedade passa a girar sob a denominação de **CASA DA COMUNICAÇÃO SS**.

CLÁUSULA SEGUNDA: DA CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO. À vista da modificação ora ajustada e em consonância com o que determina o art. 2.031 da Lei n.º 10.406/2002, os sócios RESOLVEM por este instrumento atualizar e consolidar o contrato social e alteração, tornando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo que, adequado às disposições da referida lei n.º 10.406/2002 aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:

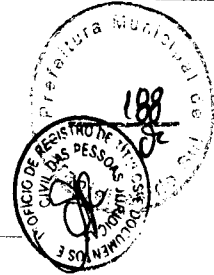
CASA DA COMUNICAÇÃO SS
CNPJ 04.696.947/0001-30
CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA brasileira, natural de Ponta Grossa/PR, nascida em 24/11/1978, casada em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, registrada no FENAJ matrícula nº 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portadora da C.I.R.G. 6.060.897-0/SSP-PR e CPF nº 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão/PR, nascido em 17/05/1977, casado em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portador da C.I.R.G. 5.334.089-0/SSP-PR e CPF 035.288.239-50, únicos sócios componentes da empresa que gira sob o nome empresarial **CASA DA COMUNICAÇÃO SS**, com sede em Ponta Grossa/PR na Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710, registrada no cartório Privativo de Registro de Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa/PR sob nº 2.229 do livro A-4 em sessão de 28/09/2001, resolvem de comum acordo ALTERAR e CONSOLIDAR o citado instrumento conforme as cláusulas a seguir:

CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



CLÁUSULA PRIMEIRA: NOME EMPRESARIAL. CASA DA COMUNICAÇÃO SS.

CLÁUSULA SEGUNDA: ENDEREÇO. Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710 em Ponta Grossa – PR.

3º OFÍCIO DE NOTAS
R: São de Setembro, 949
Fone: (42) 3224-1310

CLÁUSULA TERCEIRA: OBJETO SOCIAL. AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.

Ponta Grossa 02 OUT. 2001

CLÁUSULA QUARTA: O prazo de duração da Sociedade é indeterminado, iniciando suas atividades em 20/09/2001.

AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia
contendo as quotas conforme
o original apresentado. Dou Fé.

3º OFÍCIO DE NOTAS
Certifico que o selo de autenticidade de atos foi afixado na última folha deste documento entregue para a parte.

UBIRACI PEREIRA MESSIAS JUNIOR
Escritor

CLÁUSULA QUINTA: CAPITAL SOCIAL

O capital social no valor de R\$ 90.000,00 (noventa mil reais), divididos em 90.000 (noventa mil quotas), no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente realizado e integralizado nesse ato em moeda corrente do País. Fica assim distribuído.

SÓCIOS	QUOTAS	CAPITAL SOCIAL	%
Cássia Cibele Consul Teixeira	45.000	R\$ 45.000,00	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	45.000	R\$ 45.000,00	50%
TOTAL	90.000	R\$ 90.000,00	100%

A responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital de cada um.

CLÁUSULA SEXTA: As quotas da Sociedade são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento dos outros sócios, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

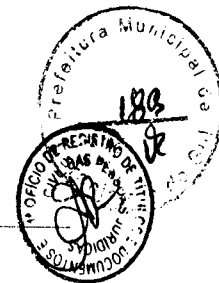
PARÁGRAFO PRIMEIRO – O sócio cedente responderá solidariamente juntamente com os sócios cessionários adquirentes perante a Sociedade e terceiros, pelas obrigações que tinha como sócio, durante dois anos.

CLÁUSULA SÉTIMA: A Sociedade será administrada pelo...

CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



Municípios e a administração de todos os negócios sociais perante terceiros, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhes, entretanto, expressamente vedado o uso da Sociedade em avais e fianças em transações estranhas aos objetivos sociais.

PARÁGRAFO ÚNICO - É vedado a designação de administradores não sócios.

CLÁUSULA OITAVA: As deliberações relativas à aprovação das contas dos administradores, aumento/redução do capital, designação/destituição de administradores, modo de remuneração, pedido de concordata, distribuição de lucros, alteração contratual e fusão, cisão e incorporação e outros assuntos relevantes para a sociedade, serão definidas nas reuniões de sócios.

CLAUSULA NONA: Com exceção dos casos previstos no art. 997, para cujas alterações é necessário o consentimento de todos os sócios e para as matérias previstas nos incisos V e VI do art. 1.071, ambos do Código Civil Brasileiro, onde o quorum de deliberações exigido é de $\frac{3}{4}$ (Três Quarto) do Capital Social, as demais deliberações sociais serão tomadas por maioria absoluta de votos, representando cada quota social um voto.

CLÁUSULA DÉCIMA: Se os sócios que representem a maioria absoluta do capital social entender que um ou mais sócios estiver, comprovadamente, pondo em risco a continuidade da Empresa, poderão estes ser excluídos por justa causa da Sociedade.

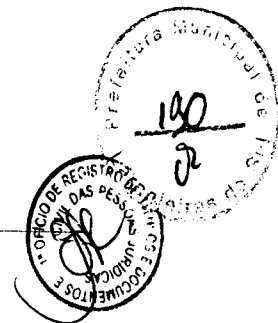
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: O exercício social coincidirá com o ano civil. Ao término do exercício, compete ao administrador, mandar efetuar o Balanço Patrimonial e o Balanço de Resultado Econômico, ocasião em que os sócios, deliberarão sobre a destinação do resultado apurado.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: O falecimento de qualquer um dos sócios não dissolverá ou extinguirá a Sociedade, que continuará com os remanescentes ou ficarão os herdeiros e sucessores sub-regidos por lei.

CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



PARÁGRAFO PRIMEIRO: Para apuração do valor das quotas e demais haveres do sócio falecido, a sociedade deverá se levantar um balanço. Os valores encontrados pela mesma serão pagos em 40 (Quarenta) prestações iguais e mensais, vencendo-se a primeira em 60 (sessenta) dias após o falecimento e as demais em igual dia dos meses subseqüentes.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Mediante acordo entre os sócios supérstites, os herdeiros poderão ingressar na Sociedade, caso não haja impeditivo quanto a sua capacitação legal e jurídica para o ingresso e/ou exercício das atividades inerentes ao ramo explorado pela Sociedade.

PARÁGRAFO TERCEIRO: Aplica-se a sistemática do parágrafo primeiro para a apuração e pagamento de haveres e direitos do sócio que desejar ser desligado da Sociedade ou excluído conforme o disposto na Cláusula Décima Segunda.

PARÁGRAFO QUARTO: Fica facultado o pagamento em menor ou maior número de parcelas, previsto no parágrafo primeiro, desde que não seja abalada a situação econômica e financeira da Sociedade.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: A administradora declara, sob as penas da lei, de que não está impedida de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, de peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: Fica eleito o foro da Comarca de Ponta Grossa, Paraná para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: Os sócios concordam com as Cláusulas e Parágrafos e com as disposições ALTERADAS E CONSOLIDADAS neste instrumento, das quais os sócios declaram ter pleno conhecimento.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, o presente instrumento, em três vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 28 de Janeiro de 2013

CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

JOSE VALDECI DA ROSA
ADVOGADO - OAB/PR 20.282

1º OFÍCIO DE REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS E PESSOAS JURÍDICAS
Valdir Ribeiro Ruas Junior - Rua Frei Caneca, 120 - Centro
Oficial - Fone: (42) 3224-0307 - Ponta Grossa - Paraná

Protocolado sob nº 236.617 - Emenda R\$ 140,00
Registrado sob nº 7.229 - Emendas: R\$ 5,00
Livro nº A-088 - Folhas 271/281 - Distrib. R\$ 12,00
Selos: R\$ 0,00
ISS: R\$ 2,00

Ponta Grossa PR, 05 de fevereiro de 2013

Ariane Cristina Rodrigues
Escritório: Instrumentada

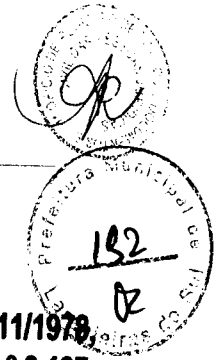
1º Registro de Títulos e Documentos e Pessoas Jurídicas
"Certificamos que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte"

3º OFÍCIO DE REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS E PESSOAS JURÍDICAS

CASA DA COMUNICAÇÃO SS

CNPJ N° 04.696.947/0001-30

SEXTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA brasileira, natural de Ponta Grossa/PR, nascida em 24/11/1978, casada em regime de comunhão parcial de bens, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nº 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa- PR na Rua Coronel Dulcídio, nº 368, Apto 63, Centro, CEP 84010-280, portadora da C.I.R.G. 6.060.897-0/SSP-PR e CPF nº 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão/PR, nascido em 17/05/1977, casado em regime de comunhão parcial de bens, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR na Rua Coronel Dulcídio, nº 368, Apto 63, Centro, CEP 84010-280, portador da C.I.R.G. 5.334.089-0/SSP-PR e CPF 035.288.239-50, únicos sócios componentes da empresa que gira sob o nome empresarial **CASA DA COMUNICAÇÃO SS**, com sede em Ponta Grossa - PR na Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710, registrada no cartório Privativo de Registro de Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa/PR sob nº 2.229 do livro A-4 em sessão de 28/09/2001, resolvem de comum acordo ALTERAR o citado instrumento conforme a cláusula a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - NOVA DENOMINAÇÃO SOCIAL

A sociedade passa a girar sob a denominação de CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA.

Permanecem inalteradas as demais cláusulas vigentes que não colidirem com as realizadas pelo presente instrumento.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, o presente instrumento, em três vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 12 de Março de 2013.

1º OFÍCIO DE NOTAS
R. Sete de Setembro, 940
Fone: (42) 3224-1310

Ponta Grossa 12 de MARÇO 2013

CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

AUTENTICAÇÃO
O presente cópia
extraída destas notas conforme
o original apresentado. Dou Fé.

UBIRACI PEREIRA MESSIAS JUNIOR
Escritor

MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

57

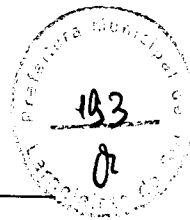
Tabelionato de Notas
Exclusivo para
Autenticação de Cópia

FOU19763

1º OFÍCIO DE REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS E PESSOAS JURÍDICAS
Valdir Ribeiro Ruas Junior Rua Frei Caneca, 120 - Centro
Oficial Fone: (42) 3224-0307 - Ponta Grossa - Paraná

Ana Luci de Paula Quadros
Advogada - OAB 11053/PR

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 04.696.947/0001-30, na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, Ponta Grossa, Paraná, neste ato representado por seu sócio **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado na cidade de Ponta Grossa.

OUTORGADOS: **JOSÉ VALDECI DA ROSA**, brasileiro, divorciado, advogado, OAB/PR nº 20.282, e-mail josevaldeciadvogados@jvaldeci.com.br integrante da Sociedade de Advogados **JOSE VALDECI DA ROSA E ADVOGADOS ASSOCIADOS** registrada na OAB/PR sob nº 2470, com endereço na Rua Leopoldo Guimarães da Cunha, nº 583, Oficinas, Ponta Grossa - PR.

PODERES: Por este instrumento particular de procuração, constituo meu bastante procurador o outorgado, concedendo-lhe os poderes da cláusula *ad judicia et extra*, para o foro em geral, e especialmente para: **REPRESENTÁ-LA NO PROCESSO LICITATÓRIO CONCORRÊNCIA Nº 006/2018 DO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ**, podendo promover quaisquer medidas judiciais ou administrativas, em qualquer juízo, instância ou tribunal, assinar termo, extrair cópias, substabelecer com ou sem reserva de poderes, e praticar ainda, todos e quaisquer atos necessários e convenientes ao bom e fiel desempenho deste mandato.

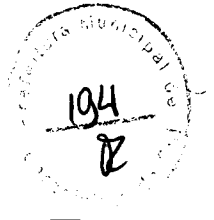
PODERES ESPECÍFICOS: A presente procuração outorga aos Advogados acima identificados, os poderes para, em nome do outorgante, confessar, reconhecer a procedência do pedido, transigir, desistir, renunciar ao direito sobre o qual se funda a ação, receber, dar quitação, firmar compromisso, pedir a justiça gratuita e assinar declaração de hipossuficiência econômica (em conformidade com o art. 105 do Código de Processo Civil), podendo substabelecer com ou sem reserva.

Ponta Grossa, 15 de outubro de 2018.


CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA

CNPJ nº 04.696.947/0001-30

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



ILMO. SR. GILSON FERREIRA CELLA - PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÃO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL -
PARANÁ.

CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Recorrido 10/10/2018

J. Gilson

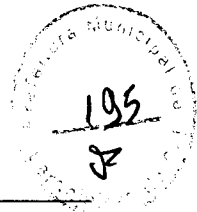
CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA,

pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 04.696.947/0001-30, com sede nesta cidade na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, Paraná, neste ato representado por seu sócio **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado na cidade de Ponta Grossa, por seu procurador e signatário desta (instrumento de mandato anexo), vem à presença de Vossa Senhoria apresentar suas **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto pela licitante **DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI**, que pelas razões que passa a expor:

OBJETO DO EDITAL

Conforme se vê do Edital, o objeto da Licitação – modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA** tipo **MELHOR TÉCNICA E PREÇO** Nº **006/2018**, é o seguinte:

CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS



OBJETO DO RECURSO

A recorrente alega a ocorrência de julgamento subjetivo, sustentando que houve violação dos princípios legais que regem o processo licitatório além dos dispositivos do instrumento convocatório, porque subcomissão técnica quando do julgamento adotou critérios subjetivos para fixação da nota técnica da recorrente em comparação com outras licitantes, confundindo os agentes administrativos, causando prejuízo aos demais participantes.

Sustenta que sua proposta *“restou equiparada a outras apresentadas por concorrentes. Contudo, de forma paradoxal e injustificada a Subcomissão técnica acabou atribuindo à Recorrente notas consideravelmente inferiores, em evidente subjetividade”*.

Conclui apresentando uma “planilha” comparativa das notas e justificativas dos julgadores.

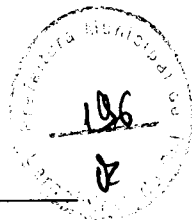
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – AUTONOMIA

O artigo 10 da Lei 12.232/2010 prevê que as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, **sendo sua atribuição precípua a análise das propostas técnicas, conforme estabelece o Edital.**

Não há dúvidas que **os integrantes da Subcomissão Técnica têm autonomia em estabelecer tecnicamente essas análises e de construí-las conforme fundamentos da teoria e da prática, considerando a experiência de cada um.**

Por isso, as notas são individuais, não podendo dessa forma ser exigido, como sugere o recurso interposto, que as notas sejam idênticas para cada quesito ou subquesito.

Ao contrário, a própria Lei 12.232/2010, admite no artigo 6º, inciso VII da Lei, a hipótese de diferença de pontuação atribuída a um quesito ser superior a 20% (vinte por cento), entre a nota dos julgadores.



AUSÊNCIA ABSOLUTA DE SUBJETIVIDADE – IMPOSSIBILIDADE

Decorrente da legislação é certo que Edital traz quesitos e subquesitos de modo que se possa atender ao princípio do julgamento objetivo das propostas técnicas. Contudo, deve ser respeitado a autonomia de cada um dos membros da Subcomissão na aplicação individual dos conceitos adotados, não sendo exigência legal referência a pontos de vista divergentes na justificativa das notas.

O modelo previsto em lei e tabulação da avaliação individual complementada por justificativas dos avaliadores, possibilitou que se reduzisse a subjetividade da avaliação final, **favorecendo o tratamento isonômico na análise de conteúdos que são inerentemente subjetivos, traduzidas nas campanhas simuladas.**

Apesar da preocupação em minimizar a subjetividade da avaliação, pode haver eventual variação de conceitos/entendimentos entre os julgadores que refletem percepções individuais, **impossíveis de serem medidas ou padronizadas, especialmente considerando-se a natureza do objeto a ser contratado, que envolve aspectos predominantemente intelectuais, criativos e técnicos.**

A esse respeito, é interessante destacar posição do TCU, numa representação onde foi questionada, entre outros aspectos, a ausência de critérios objetivos no julgamento das propostas. Em relação a esse ponto, a manifestação do Ministro Relator Valmir Campelo, a seguir reproduzida na íntegra, mostra-se didática:

De início, cumpre considerar que, embora os arts. 44 e 45 da Lei de Licitações visem à imparcialidade e ao interesse público, certo grau de subjetivismo, mesmo involuntário, é inerente a qualquer avaliação, ante a impossibilidade fática da fixação de critérios de julgamento absolutamente objetivos. A estipulação de pontuação máxima e mínima e a fundamentação dos atos administrativos que procedam às avaliações são mecanismos para o controle desses atos. Uma vez que os atos de julgamento sejam amparados por arrazoados consistentes, reduz-se o risco de cometimento de arbitrariedades. (grifo nosso)

Ao estabelecer o que seria avaliado em cada item da proposta técnica, e a composição dos subitens que comporiam os referidos itens, procedam-se



Observou-se que as notas das licitantes foram atribuídas mediante avaliação fundamentada da Comissão, que indicou as questões levadas em consideração para composição das pontuações, conferindo concretude aos parâmetros adotados no edital. (Acórdão nº 1.542/2012-TCU-Plenário).

PLANILHA – IMPRESTABILIDADE

Não obstante o seu longo arrazoado, é de se consignar que a “planilha” que faz comparação entre as notas e as justificativas dos julgadores, se mostra inútil e imprestável para a finalidade proposta pela recorrente, porque fere a autonomia da Subcomissão, sendo desprovida de critério técnico e legal.

Na verdade, **as razões da recorrente é que são eminentemente subjetivas e não passam de mero inconformismo**, que buscam desqualificar a Subcomissão Técnica, o que não pode ser admitido por essa Comissão de Licitação. Esta assertiva é comprovada, por exemplo, pelas afirmações contidas nos itens 51, 52, 56, 57, 59, 63, 64, 89, 98, 100, 110, 120 que não trazem nenhuma observação legal ou técnica fundamentada. **São meras impressões da recorrente, insatisfeita com as notas auferidas.**

Conforme se vê do recurso, a recorrente nada mais faz do que uma narração, eminentemente subjetiva e parcial, questionando as notas individualmente atribuídas pela Subcomissão Técnica.

REVISÃO DE NOTA DA RECORRENTE – IMPOSSIBILIDADE

Como é sabido o processo de licitação deve atender o contido na Lei 12.232/2010. A seleção dos licitantes para prestar o serviço contido no Edital segue procedimento específico previsto na citada lei (artigo 11), **sendo claro que as propostas analisadas pela subcomissão técnica não são identificadas, ou seja, somente por ocasião da apuração dos resultados, é revelada a autoria do plano de comunicação publicitário** (art. 11, § 4º, inciso, inciso VII, letras “a” e “b”).

Justamente é esse o espírito da lei. Permitir um



Neste sentido, inclusive, é permitido ao licitante impugnar pessoa integrante da subcomissão (artigo 10, § 5º).

Tudo isso foi plenamente observado no certame, tanto que a recorrente, traz no seu recurso questionamentos de cunho pessoal, sem demonstrar qualquer ilegalidade perpetrada pela Subcomissão Técnica. Pretende tão somente revisão das suas notas, o que se mostra inviável.

Porém, se de um lado a lei busca de todas as formas de preservar o julgamento objetivo e técnico das propostas indicando os respectivos quesitos (artigos 7º e 8º da Lei 12.232/2010) e assegurar que os julgadores sejam pessoas que atuem na área de comunicação, publicidade e marketing (artigo 10), por outro, **deve ser respeitado o posicionamento da Subcomissão Técnica no julgamento das propostas, sem qualquer interferência.**

O que não se pode admitir, que o mero descontentamento da licitante seja motivo para interposição de recurso.

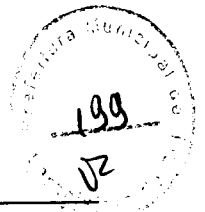
É pressuposto recursal a presença, ainda que mínimo, de algum conteúdo/fundamento jurídico para recorrer, o que não ocorreu no presente caso, não podendo o recurso ser conhecido, o que desde logo se requer.

Não bastasse a ausência de fundamento legal no recurso, é certo que a revisão das notas na forma pleiteada não pode ser admitida.

Primeiro porque a Lei 12.232/2010 estabelece que **a única situação em que se autoriza a reavaliação de pontuação de um quesito é a prevista no artigo 6º, inciso VII e deve ser feito pela própria Subcomissão Técnica, inclusive, antes de saber a autoria da proposta técnica (sendo desnecessário maior aprofundamento sobre o tema).** Porém, neste sentido, o recurso de Blanco Lima nada questiona.

Segundo porque fere aspectos básicos da licitação publicitária que é a **autonomia da subcomissão técnica e o julgamento sem o conhecimento da anterioridade.**

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344



Ora, como próprio nome diz o julgamento é feito por subcomissão “*técnica*” com base em quesitos e subquesitos “*objetivos*” (artigo 7º e 8º da Lei), sendo que no momento do julgamento, a Subcomissão desconhece a autoria das propostas.

Assim, não pode a Comissão de Licitação, como pretende a recorrente no seu recurso, proceder a revisão de notas sob pena de interferir no julgamento técnico da Subcomissão, o que fere a legislação específica.

Igualmente nesta fase do procedimento, a subcomissão fica impedida de nova análise da pontuação atribuída aos licitantes, a não ser para correção de erro material, o que não é caso. É que o sigilo, previsto em lei, tem por objetivo prevenir o direcionamento da licitação, o favorecimento de um ou outro licitante ou o julgamento parcial. Obviamente, que pelo mesmo motivo, é vedada a revisão de notas, o que, aliás, não está previsto na lei.

Em conclusão, deve ser negado provimento ao recurso, seja por não haver previsão legal de realização de revisão na forma requerida pela licitante, seja por impossibilidade da Comissão de Licitação poder intervir no julgamento da Subcomissão Técnica, determinando que se proceda a nova avaliação.

PEDIDO

Diante do exposto se requer seja negado provimento ao recurso interposto por ausência de fundamento legal, com a manutenção da decisão de habilitação da recorrida.

Termos em que,
Pede deferimento.

Ponta Grossa, 14 de outubro de 2018.



ILMO. SR. GILSON FERREIRA CELLA - PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÃO MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL -
PARANÁ.

CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Recusado 26/10/2018
J. Gilson

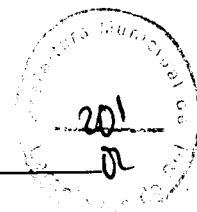
CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA,

pessoa jurídica de direito privado, inscrita no
CNPJ sob nº 04.696.947/0001-30, com sede nesta cidade na Rua Desembargador Lauro
Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, Paraná, neste ato representado por seu sócio **MANOEL
HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado na cidade
de Ponta Grossa, por seu procurador e signatário desta (instrumento de mandato anexo), vem
à presença de Vossa Senhoria apresentar suas **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto
pela licitante **NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA,** que pelas razões que passa a
expor:

OBJETO DO EDITAL

Conforme se vê do Edital, o objeto da Licitação –
modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, tipo **MELHOR TÉCNICA E PREÇO Nº
006/2018** é o seguinte:

**CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO,
CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA
EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E
MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE,
ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA DE
LOGOTIPOS**



OBJETO DO RECURSO - AUTENTICAÇÃO - DESNECESSIDADE

A licitante no presente recurso alega o descumprimento do Edital no item 10.1.1 por não ter a recorrida apresentado cópias autenticadas de documentos do envelope nº 3, **que trata dos quesitos referentes à capacidade de atendimento.**

Contudo, tal alegação não pode prevalecer uma vez que **a obrigatoriedade de autenticação se restringe aos documentos que compõe a habilitação** nos termos do artigo 32 da Lei 8.666/93, tratados no Edital no item XII - **DOCUMENTAÇÃO - Quinto invólucro:**

Art. 32. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão da imprensa oficial.

No caso os documentos referidos tratam-se de cópias de registro em carteira de trabalho que comprovam o vínculo empregatício e as funções exercidas pelos funcionários, **não se tratando, portanto, de documentos para habilitação da recorrida** o que afasta a necessidade de autenticação.

Esta circunstância estritamente legal (necessidade de autenticação dos documentos de habilitação) é suficiente para afastar a necessidade da exigência (autenticação da carteira de trabalho) e conseqüentemente o pedido de inabilitação.

Note-se ainda que a empresa recorrida já declarou expressamente “*serem autênticos todos os documentos apresentados*”, através do Anexo V - **DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE o que certamente também supre a exigência editalícia.**

Porém, acaso a Comissão de Licitação entenda pela legalidade do contido Edital quando exige “*cópias autenticadas*”, há que se observar que **a dispensa de autenticação de documentos foi expressamente determinada Lei Federal nº 13.726/18**, recentemente sancionada:

Art. 3º Na relação dos órgãos e entidades dos Poderes da União, dos Estados, do

II - autenticação de cópia de documento, cabendo ao agente administrativo, mediante a comparação entre o original e a cópia, atestar a autenticidade;

Portanto, **não pode mais a administração pública exigir a autenticação de documento**, cabendo ao agente administrativo, por simples comparação entre o original e a cópia atestar sua autenticidade.

Em razão da fase do certame e da edição da Lei Federal que dispensa a autenticação, deve a Comissão de Licitação atestar a autenticidade dos documentos apresentados por meio de cópia, em consonância com o art. 43, § 3º, da Lei 8.666/93.

Art. 43. A licitação será processada e julgada com observância dos seguintes procedimentos:

...

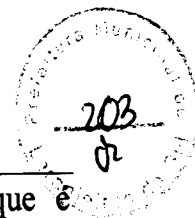
§ 3º É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

Diante deste quadro, não se verifica óbice jurídico que o licitante apresente a cópia simples e, simultaneamente ou quando requisitado, exiba o documento original para que seja atestado a sua autenticidade. **Desta forma, a partir de agora, a cópia simples será inserida no envelope de documentos ou proposta e quando aberto, a Comissão de Licitação ou Pregoeiro requisitará ao licitante que exiba o documento original para confrontá-lo com a cópia.**

Tal conduta, além de atender ao princípio da legalidade, prestigia ainda aos princípios do formalismo moderado nas licitações e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

O próprio Tribunal de Contas da União, em doutrina de sua lavra há tempos já seguia o que a Lei agora determina:

Sempre que a autenticidade de algum documento em licitação gerar dúvida, deve o responsável exigir do licitante, para efeito de confrontação, respectivo original ou



Nesta linha ainda é oportuno destacar que é desprovido de qualquer fundamento do pedido de “atribuição de nota zero ao quesito 10.3.2.1”, pelo que também por este motivo não ser aceito o recurso interposto.

É que o recorrente não questiona ou impugna o conteúdo do documento (carteiras de trabalho), ou seja, não questiona a Capacidade de Atendimento da recorrida, a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura de Laranjeiras do Sul.

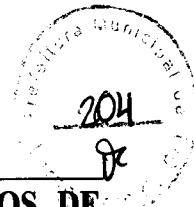
Veja-se o entendimento do STJ – Superior Tribunal de Justiça sobre o tema:

Documento. Fotocópia. Impugnação. A impugnação a documento apresentado por cópia há de fazer-se com indicação do vício que apresente se o impugnante tem acesso ao original. Não se há de acolher a simples afirmação genérica e imprecisa de que não autêntico. Recurso especial. Inviabilidade para reavaliação da prova. (REsp 94.626/RS, Rel. Ministro EDUARDO RIBEIRO, TERCEIRA TURMA, julgado em 16/06/1998, DJ 16/11/1998, p. 86)

Diante da manifestação do Superior Tribunal de Justiça, a alegação da falta de autenticação do documento somente poderá ser conhecida quando também for alegado vício no seu conteúdo, o que no caso não foi feito, pelo que também por este motivo deve ser negado provimento ao recurso.

MOTIVOS DE DESCLASSIFICAÇÃO DA RECORRENTE

Se por um lado, a alegação da recorrente não prospera por absoluta vedação legal da exigência de autenticação de documentos; por outro há situações que levam a desclassificação da recorrente cujas matérias podem, inclusive ser reconhecidas de ofício pela Comissão de Licitação, mediante provocação, desclassificando proposta que afrontem a Lei e o Edital, conforme adiante elencado.



ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – AUSÊNCIA DE CUSTOS DE CRIAÇÃO

O custo nominal de criação é dado pela Tabela no Sinapro que fornece às agências filiadas, referências de preços para composição de orçamentos. Contempla uma variedade de serviços, como Anúncios para Jornal e Revista, Mídia Exterior, Produção Eletrônica, Programação Visual, Embalagens, Serviços Digitais etc.

Nas licitações, a determinação editalícia de que os licitantes devem utilizar da Tabela de Preços do SINAPRO, tem por objetivo assegurar a todos os concorrentes a igualdade de condições para apresentação da campanha, em respeito ao princípio da isonomia, um dos pilares do processo de licitação. O tratamento igual a todos os interessados é condição essencial para garantir competição no procedimento licitatório.

A utilização da Tabela de preços do SINAPRO também serve de parâmetro para a avaliação das propostas pelos julgadores, com vistas a observar o princípio do julgamento objetivo, **já que todos os custos da campanha devem ser os mesmos para todos os concorrentes.**

Neste contexto surgem várias situações que levam a desclassificação da licitante: Afronta ao princípio da vinculação ao Edital; ao princípio do julgamento objetivo e ao princípio da isonomia, já que obtém vantagem indevida em relação aos demais concorrentes, pois, **a sua campanha não contempla todos os seus custos, conforme exige o Edital.**

Na página 12 do seu plano da comunicação a NTV propõe a veiculação de 1 anúncio de revista no formato de página dupla. Contudo, não apresenta o custo de criação, alegando que fará uma adaptação de outra peça. Ora, a tabela do SINAPRO, na qual as licitantes devem fundamentar os custos internos da campanha simulada – conforme item 9.3.2 – **apresenta valor específico para a criação de anúncio de revista no formato de página dupla – R\$ 8.065,00 (Pág. 1).**

Não pode a licitante propor “readequações” ou reaproveitamentos de outras peças da campanha simulada como defesa ou execução de sua estratégia, uma vez que estaria ferindo dois princípios

JOSE VALDECI DA ROSA - OAB/PR 20.282
DIRCEIA MOREIRA - OAB/PR 15.344

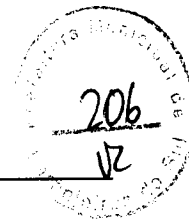


licitantes (custo igual para todos os participantes conforme tabela, com a mesma verba para ser usada); e a oferta de vantagem à contratante, proibida conforme item 15.2.

Esta mesma conduta ocorre com relação a outros custos de serviços internos:

- 1) Painel, página 13 (sem custo de criação/serviços internos), apesar da tabela do Sinapro prever expressamente valor condizente ao serviço – R\$ 5.530,00 (Pág. 3).
- 2) Ainda mais absurda a proposta envolvendo mídias digitais. Afirma nas planilhas 23 e 24 de sua proposta que veiculará no Facebook vários formatos (1 carrossel, 1 canvas e 6 posts). Porém na planilha 28 apresenta apenas custos internos, baseados na tabela do Sinapro, para carrossel. Computados somente os valores dos 6 posts que a licitante afirma que criará, os custos internos omitidos e desconsiderados chega a R\$ 20.124,00, conforme a Tabela Sinapro (Pág. 7). Basta multiplica por 6 o valor unitário de R\$ 3.354,00, condizente ao serviço de criação de Post Simples/Anúncio de redes sociais (Jpg/Gif + texto), para se chegar ao montante global citado e constatar a irregularidade da proposta.
- 3) O não atendimento ao Edital também ocorre com os serviços defendidos pela licitante para Instagram, Google e Messenger. Em sua planilha de número 30, a licitante propõe 4 peças para Instagram, 1 para Messenger, além de banners em “formatos diversos” e também de busca para Google. Confrontada com a planilha 28, entretanto, a mesma resume todas as ações ao serviço de criação de 1 “Anúncio Display”, no valor de R\$ 3.734,00, e a “Adaptações GDN”, no valor de R\$ 1.955,00, comprovando, portanto, completa inconsistência na apresentação de custos dos serviços internos, e total desconformidade com a Tabela do Sinapro. Nesta, especificamente na Pág. 7, o serviço de criação de Post para redes sociais tem valor de R\$ 3.354,00, ou R\$ 16.770,00 se considerados as 4 unidades propostas para Instagram e 1 para o Messenger, montante completamente desconsiderado pela licitante.

Por isso, de conformidade com o que determina a legislação e o edital no item 9.3.2 do Edital, deve a licitante ser desclassificada conforme item



ENVELOPE 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A empresa NTV não apresenta profissional para o setor de MÍDIA, em desacordo com o item 10.1.1. Cita em sua página 4 a profissional Tainara, como “*gestora de mídia digitais e online*”. Dessa forma, é tácito em admitir que a profissional está limitada ao ambiente digital, não executando qualquer função na área da mídia tradicional ou *offline*, como TV, Rádio, Jornal, Revista, Outdoor, entre outros, que inclusive, apresentam necessidades técnicas diferentes das exigidas para a atuação digital, motivo pelo qual deve a recorrente ser desclassificada.

PEDIDO

Diante do exposto se requer seja negado provimento ao recurso por ausência de fundamento legal, com a manutenção da decisão de habilitação da recorrida. Requer-se ainda, que seja reconhecida de ofício as matérias alegadas nas presentes contrarrazões, com a desclassificação da licitante NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA, por afronta ao contido do Edital.

Termos em que,
Pede deferimento.

Ponta Grossa, 12 de outubro de 2018.

José Valdeci da Rosa
OAB/PR 20.282



Até 1/8 página	718,00	718,00	623,00	2.059,00
Até 1/2 página	1.307,00	1.307,00	1.185,00	3.799,00
Página dupla	2.022,00	2.022,00	1.742,00	5.786,00
Encarte duplo 55 cm x 33 cm	1.892,00	1.892,00	1.892,00	5.676,00

Observação: a) Balanço: + 50% sobre o valor da montagem.

b) Página-base: 6 col. x 54 cm, adotada pelos principais jornais do país.

1/4 página	1.381,00	1.381,00	1.094,00	3.856,00
Até 1 página	1.892,00	1.892,00	1.663,00	5.447,00
Encarte simples 21 cm x 30 cm	1.892,00	1.892,00	1.663,00	5.447,00

Back light/front light/top site	2.615,00	2.615,00	2.615,00	7.845,00
Cartaz de 32 folhas e outros	1.945,00	1.945,00	1.945,00	5.835,00
Faixa de rua/placa de identificação de rua	880,00	880,00	880,00	2.640,00
Painel rodoviário	2.615,00	2.615,00	2.615,00	7.845,00

D.1)				
Audiovisual (documentário) até 5'				20.663,00
Audiovisual (documentário) até 15'				37.193,00
Filme/vinheta/VT/merchandising (qualquer duração)				7.058,00

Observação: Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, iluminação, efeitos especiais, direção, sonorização, fotografia, cópias, cachês, programação visual, ilustração especial, logotipia e despesas operacionais.

208
JR



Espera telefônica (texto)	4.553,00
Jingle acima de 60"	Sob avaliação
Spot acima de 60"	Sob avaliação
Texto para ação de merchandising acima de 60"	Sob avaliação

Observação: Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados e nem custos de gravação, trilha sonora, cópias, cachês e despesas operacionais.

Adesivo automotivo ou vitrine	2.134,00	910,00	3.044,00
Agenda (capa e miolo)-por página	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Balão	2.218,00	1.095,00	3.313,00
Baralho	1.686,00	518,00	2.204,00
Broadside - por página	2.076,00	699,00	2.775,00
Calendário - por lâmina	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Caneta/lápis	2.076,00	699,00	2.775,00
Capa de carnê	2.076,00	699,00	2.775,00
Capa/contracapa de CD	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Cartão de natal	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Cartaz/poster	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Catálogo ou folheto - por página	2.256,00	970,00	3.226,00
Cinta (para produção de jornais)	2.657,00	1.146,00	3.803,00
Convite + envelope	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Crachá	1.864,00	620,00	2.484,00
Display de mesa/take one	4.148,00	1.382,00	5.530,00
Display de vitrine	4.720,00	2.024,00	6.744,00
Etiqueta	1.864,00	620,00	2.484,00
Flyer (volante) - frente e verso	4.166,00	1.385,00	5.551,00



Folder - até 6 páginas	6.768,00	2.910,00	9.678,00
House organ/newsletter - por página	1.864,00	620,00	2.484,00
Livro/Revista-p/pág.(capa e contracapa é	1.864,00	620,00	2.484,00
Mala direta/peça promocional	16.593,00	5.531,00	22.124,00
Mouse pad	2.076,00	699,00	2.775,00
Pesquisa de brindes	5.829,00	2.499,00	8.328,00
Portfólio-perfil institucional - p/página	2.076,00	699,00	2.775,00
Risque e rabisque	2.076,00	699,00	2.775,00
Totem	5.802,00	2.491,00	8.293,00
Urnas	6.738,00	2.245,00	8.983,00

F1) Digitação de Textos	
Por lauda até 1.200 toques	618,00
Valor mínimo	333,00
Outros idiomas	Cobrar mais 50%

F3) Retoque de imagens	
Valor por hora	944,00

F5) Print	
Papel formato A3 - Cor	274,00
Papel formato A3 - P/B	110,00
Papel formato A4 - Cor	137,00
Papel formato A4 - P/B	58,00

Exemplo prático de cálculo

Material de Jornal - 1/2 página		Material de Revista - página simples	
Texto, layout, arte-final	3.799,00	Texto, layout, arte-final	5.447,00
Digitação até 1.200 toques	618,00	Digitação até 1.200 toques	618,00
Vetorização de logotipos	769,00	1 scanner cor	307,00
2 prints P/B - A4	116,00	1 retoque de imagem 1h	944,00
Total	5.302,00	2 prints cor A4	274,00
		1 print P/B A4	58,00

210
 dz



Bloco de anotações	1.046,00	1.046,00	921,00	3.013,00
Cartão de aniversário/cartão personalizado	921,00	921,00	784,00	2.626,00
Envelope saco/ofício	950,00	950,00	812,00	2.712,00
Papel carta decorativo	950,00	950,00	812,00	2.712,00
Papel embrulho/presente	950,00	950,00	812,00	2.712,00

Criação de conceito de campanha	31.703,00
Identidade visual para espaço (corredor, finger e sala de espera)	17.800,00
Planejamento de ação digital nas redes sociais - por produto	27.747,00
Planejamento de comunicação integrada: Planejamento de ações promocionais, de relacionamento, de redes sociais e de propaganda	138.600,00
Planejamento de marketing direto e fidelização	48.559,00
Projeto gráfico editorial (capas + miolo com até 16 páginas)	16.178,00

Observação: os trabalhos que não constam nesta lista serão cobrados mediante orçamento específico.

Assessoria	Folhetos/distribuição
Brindes promocionais especiais	Ilustração especial
Cenários para TVC/palcos	Mala direta/expedição
Consultoria	Nome fantasia - empresas
Cópias de áudio	Nome fantasia - produtos
Cópias de audiovisual/documentário	Pesquisa de mercado
Cópias de filme	Planejamento de CD-Rom
Cópias de VT	Planejamento de hotsites
Decoração de vitrines	Projetos especiais
Desenho técnico	Promoção de vendas
Display técnico	RP (Relações Públicas)
Espetáculos/shows/planejamento/organização	Uniforme
Filmagem de eventos	



Fachada	7.237,00	7.237,00	7.237,00	21.711,00
Logotipo produto	9.152,00	9.152,00	7.835,00	26.139,00
Marca/logotipo empresa (logomarca)	15.091,00	15.091,00	12.927,00	43.109,00
Marca/logotipo produto (logomarca)	15.091,00	15.091,00	12.927,00	43.109,00
Mascote ou personag.-custo de ilustração à parte	6.344,00	6.344,00	5.440,00	18.128,00
Programação visual de quiosques	8.644,00	8.644,00	4.423,00	21.711,00
Selo comemorativo	3.986,00	3.986,00	3.498,00	11.470,00

(*) Mediante orçamento específico

Estande para feiras
Identificação corporativa
Impressos específicos
Pintura de frota

Símbolo
Sinalização interna
Trios elétricos
Vitrines

Observação: os preços destes serviços devem levar em consideração o custo/hora do profissional.

Berço (estrutura de embalagem)	6.781,00	3.305,00	10.086,00
Caixa display de produto	14.423,00	5.860,00	20.283,00
Cartela com saco	5.049,00	2.867,00	7.916,00
Embalagem produto	18.032,00	5.860,00	23.892,00
Embalag. de linha de prods.-até 5 embalagens	72.090,00	23.408,00	95.498,00
Mock-ups (sem custo de terceiros)	13.783,00	5.511,00	19.294,00



Peça/Tipo	Valor-Referência	
Master (qualquer dimensão)	3.734,00	
Adaptação (qualquer dimensão)	Estático	Animado
	1.488,00	1.638,00
Replicação (ajustes de especificações para outros veículos)	Por formato	18 Formatos GDN*
	437,00	1.955,00

* Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN) -18 formatos.

Peça	Dimensão - Pixel
Arranha-céu (<i>skyscraper</i>)	120 x 600
Arranha-céu largo (<i>wide skyscraper</i>)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (cabecalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (cabecalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (<i>half page</i>)	300 x 600
Outdoor (<i>billboard</i>)	970 x 250
Dhtml/floater	Variável, até 72.200 pixels de área
Mobile - Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Smart Phones - Web & Apps	
Banner e banner expansível	300 x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial	300 x 250

Observação: formatos-padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

213
02



[Redacted]

Post carrossel (jpg/gifs + texto)	6.708,00
Cover para redes sociais	3.354,00
Criação/Animação/Programação	
Anúncio para tablet horizontal ou vertical	7.468,00
Anúncio para tablet horizontal e vertical	11.202,00

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

Projetos

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos das áreas de Atendimentos, Planejamento, Gestão, Design/Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

Valores Referenciais

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir valores referenciais baseados em projetos de média complexidade.

Etapas de Trabalho

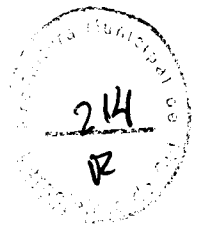
Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

[Redacted]

A disciplina business intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o valor-referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.

Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraindo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	6.720,00
---	----------

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.



Abrange duas áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais

A partir de briefing-padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.

35.300,00

Observação:

Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.

20% da verba gerenciada

Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.

20% da verba gerenciada

Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.

20% da verba gerenciada

Observação: valor mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$5.200,00/mês.

O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus *stakeholders*.

- Diagnóstico da presença nas redes sociais.
- Definição dos objetivos a serem atingidos.
- Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma.
- Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria.
- Definição de métricas para acompanhamento.
- Definição de ferramentas para análise de desempenho.

27.200,00



<p>Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os <i>stakeholders</i>, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros. • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês. • Customização das fanpages com o mote do período. • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo com o cliente. • Volumetria: até 3 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana. • Insights para a produção de conteúdo. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	<p>12.500,00/mês</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000menções/mês). • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens. • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados. • Monitoramento de menções e temperatura de humor. • Monitoramento de resultados de ações e campanhas. • Indicadores de desempenho (KPIs). • Acordo de nível de serviço 5 x 8. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	<p>7.800,00/mês</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca. • Classificação do perfil de seguidores e influenciadores. • Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade. • Acordo de Nível de Serviço 5 x 8. • Volume médio de 150 interações por mês. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	<p>11.000,00</p>

Observação: os valores não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, afim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.



<ul style="list-style-type: none">• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa.• Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência.• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio.• Definição dos melhores canais (buscadores).• Definição dos tipos de conteúdo mais adequados.• Definição das estratégias de link building.• Análise do ranking orgânico (<i>organic</i>) e de autoridade (<i>authority</i>).• Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas.• <i>Traffic source</i> - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores.• Análise do campo semântico para qualificação da audiência desejada.• Definição da estratégia de gestão de autoridade.• Definição de metas e KPIs.	23.500,00
--	-----------

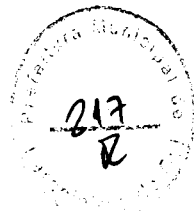
A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de *back-links* e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.	
<ul style="list-style-type: none">• Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site.• Melhorias no <i>title</i> e meta <i>description</i>.• Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, <i>robots</i>, <i>sitemaps</i> e servidor).• Levantamento de transferência de propriedade e autoridade de página/domínio.• Análises de <i>broken link</i>, <i>backlink</i> e <i>link building</i>.• Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como <i>black hat</i>.• Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas.	11.500,00

Observação: valor para 20 seções/templates.

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.	
<ul style="list-style-type: none">• Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados.• Instruções técnicas para otimização de páginas.• Revisão constante de códigos do canal.• Otimização do conteúdo e das imagens.• Instruções para otimização de <i>back-links</i>.• Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.• Volume sugerido: criação de um conteúdo por semana.	9.500,00/mês

Observação: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.



<p>Responsivo com 10 ações: home, empresa, serviços, galeria de mídias, formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemap</i>, <i>wireframe</i>, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> para um novo website. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p>	37.100,00
---	-----------

<p>Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.</p>	
<p>Hotsite de evento com 8 seções: home, sobre o evento, como chegar, agenda, palestrantes, patrocinadores, formulário de contato, formulário de inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemaps</i>, <i>wireframe</i>, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i>. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p>	21.359,00

<p>Um Mobile Site possui as mesmas características de um Website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis.</p>	
<p>Versão de um website já existente - 10 seções: home, empresa, serviços, galeria de mídias (fotos, vídeos), formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca, especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemap</i>, <i>wireframe</i>, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i>. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.</p>	22.200,00

<p>O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.</p>	
<p>Responsivo com 5 seções: home, categoria de conteúdo, conteúdo, resultados de busca e fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemap</i>, <i>wireframe</i>, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i>. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p>	14.400,00

<p>Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.</p>



Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemap</i> , <i>wireframe</i> , layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	7.120,00
---	----------

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os valores não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte

Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>wireframe</i> , layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . Funcionalidades: login, logout, esqueci minha senha, termos de uso, cadastro, sobre o aplicativo, galeria de fotos, notícias, <i>push notification</i> , eventos, alteração de dados cadastrais. Painel de administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	57.600,00
---	-----------

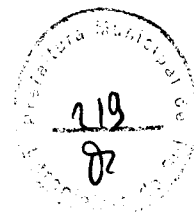
Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nisto é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feitas as customizações dentro dos limites da plataforma.	
E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda online. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: home, categoria de produtos, produto, carrinho de compras, finalização de pedido, resultados de busca, institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	48.200,00

Observações:

- 1) O valor não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O valor não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O valor não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir do briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	3.354,00
--	----------

Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta
--	--------------



[REDACTED]	
Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	3.354,00
[REDACTED]	
Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

[REDACTED]	
Criação de conceito de campanha - apresentação até 3 peças finalizadas	23.100,00
* Valor de custeio	
[REDACTED]	

- * Valor de custeio é válido exclusivamente para participação em concorrência, independente do resultado.
- * Para a transferência de direitos autorais da campanha, deverão ser utilizados os valores de acordo com a Lista de Valores Referenciais de Serviços Internos do Sinapro/PR vigente.





À Comissão Permanente de Licitações do Município de Laranjeiras do Sul - PR

Referente: Concorrência n° 006/2018 – Contratação de serviços de publicidade
Edital retificado n° 04

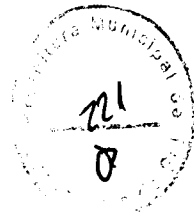
NTV Imagem e Propaganda Ltda., já qualificada no processo em epígrafe, representada por **Nilson Sílvio Fante**, que ao final subscreve, adiante denominado somente "NTV", vem perante à Comissão Permanente de Licitações do Município de Laranjeiras do Sul - PR, com base no item 16.2 do edital da CP 006/2018, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto pela empresa *Dudacom Marketing Integrado Eireli*, adiante denominado "*Dudacom*" ou "recorrente", na forma que segue.

1) Da tempestividade

Em 09/10/18 a Comissão Permanente de Licitações (CPL) disponibilizou aos licitantes os recursos interpostos contra o resultado do julgamento da proposta técnica para eventuais contrarrazões/impugnações, abrindo-se o prazo legal de 5 dias úteis.

Deste modo, os licitantes têm até o dia 17/10/18 para contrarrazoar, fato que evidencia a tempestividade deste ato.

2) Dos fatos e fundamentos



Em resumo, a *Dudacom* interpôs recurso porque não se conforma com as notas atribuídas a ela pela subcomissão técnica, alegando que a subcomissão descumpriu o edital por supostamente avaliar as propostas com critérios subjetivos.

Sobre a contrarrazoante, a recorrente questiona as notas atribuídas pela subcomissão no item 9.4.3 - Ideia criativa, especialmente quando cotejadas às empresas "C" e "H". Os três avaliadores atribuíram à *Dudacom* a mesma nota: 14. Apenas um ponto a menos que a nota máxima (15), que foi atribuída somente à NTV.

A recorrente foi bem avaliada no quesito, afinal, 14 pontos é uma nota alta e a *Dudacom* não alcançou o escore máximo somente porque - na visão de todos os membros da subcomissão técnica - a proposta da licitante "G" era ainda **melhor**. Mesmo assim, pleiteia obter a nota máxima neste quesito, igualando-se à NTV (G).

Evidente que além da análise em si de cada proposta, os membros da subcomissão *comparam* os diferentes planos, até mesmo para ter parâmetros mais claros visando estabelecer quais foram os melhores materiais apresentados.

Essa comparação fica ainda mais cristalina quando observamos que foram utilizados os termos "bom" e "interessante" na justificativa da nota da recorrente, enquanto foram utilizados os termos "excelente", "muita qualidade" e "muito bem elaborado" na justificativa das notas atribuídas ao licitante "G".

Aí reside o motivo da diferença entre as notas. Em síntese, a NTV obteve nota máxima no quesito porque seu trabalho foi considerado "excelente", enquanto a recorrente teve pequeno desconto em sua nota, pois foi considerado "bom", nos termos expressos nas justificativas dos membros da subcomissão técnica e conforme critérios objetivos fixados no edital quanto à metodologia de avaliação.

Cabe ressaltar que as justificativas das notas atribuídas pelos membros da subcomissão não...



É nítido que o recorrente busca estabelecer uma relação direta entre o *cumprimento de requisitos mínimos* do edital e a *atribuição de nota máxima* no quesito (vide itens 75, 112, 113, 121 e 141, por exemplo, da peça recursal da *Dudacom*).

Cumprir as regras e requisitos mínimos do edital é uma coisa. Fazê-lo com qualidade superior, mediana ou inferior é outra. Cabe aos membros da subcomissão, observando as **diretrizes estabelecidas em lei e no edital**, fazer esta ponderação.

Por tais motivos, não cabe razão à recorrente, devendo ser mantidas as notas atribuídas pela subcomissão técnica a ambas quanto à *Ideia Criativa*.

Nos demais pontos questionados na extensa peça recursal, em linhas gerais o recorrente ataca uma suposta subjetividade da subcomissão técnica na atribuição das notas, chegando a pôr em dúvida a imparcialidade dos membros, quando coloca entre aspas a palavra *isenção* (item 91 de fls. 31).

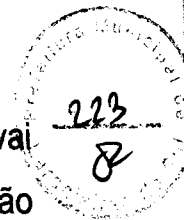
Entendemos, com o devido respeito, que não assiste razão ao recorrente neste aspecto. Nitidamente, a subcomissão atribuiu as notas em **observância à metodologia disposta no item 15.10 do edital**, apresentando justificativas consistentes e aptas a estabelecer as diferenças entre os licitantes avaliados, a partir de naturais comparações entre os planos, com a ressalva em relação ao apontado no recurso interposto pela NTV.

A subcomissão cometeu erros pontuais de avaliação, mas questionar a imparcialidade dos membros e considerar a análise em geral subjetiva é um exagero.

Para ficar apenas em um exemplo, citamos abaixo um ponto questionado pela recorrente que resume o errôneo entendimento sobre a suposta subjetividade da análise e notas atribuídas. No item 121 de seu recurso, a recorrente afirma:

“...o que nos causa perplexidade é que o edital não solicitou a apresentação de todo o quadro funcional das empresas. Estí

Tal argumento é equivocado e deve ser refutado. Ora, se a subcomissão vai avaliar a **capacidade de atendimento**, o quesito trata da qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da contratante e, sabendo que o quesito será avaliado com nota **entre 0 e 10 pontos**, qualquer licitante colocaria sua força máxima para ser avaliada e assim buscar a maior pontuação possível.



O que se avalia é a **capacidade de atendimento**. Logo, quanto maior for a estrutura física e mais numeroso e qualificado o capital humano colocados à disposição do contratante, melhor será a capacidade de atendimento. E quanto melhor, mais alta deverá ser a nota.

Assim, especificamente quanto à "adequação da qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da contratante", cuja nota vai de zero a dez, é evidente que **cumprir os requisitos mínimos não significa obter a nota máxima**.

O recorrente - compreensivelmente - se esforçou ao máximo para interpretar os termos do edital a seu favor, mas apresentou uma tese irreal visando conquistar nota máxima no quesito.

O edital estabeleceu alguns parâmetros mínimos, a exemplo do item 10.1.1 quando menciona "pelo menos um de cada setor". Assim, apresentar um de cada setor é o requisito mínimo a ser atendido para evitar o descumprimento do edital e consequente inabilitação ou desclassificação.

Por óbvio, a partir das quantidades mínimas exigidas, quanto maior o número de profissionais e mais qualificados forem, melhor será a capacidade de atendimento e mais elevada será a nota.

Por isso existem "notas máximas" por quesito, ou seja, para permitir essa ponderação e escalonamento entre diferentes propostas, mediante comparação entre as equipes dos licitantes para atribuir notas maiores ou menores entre eles, buscando uma proporcionalidade...



acumulando 3 setores e outro funcionário celetista acumulando outros 3 setores (portanto cumprindo o mínimo exigido no edital) deveria obter a **mesma nota** que outra licitante que apresentasse 24 profissionais, sendo 4 para cada setor, tendo a maioria deles especializações, mestrado e experiência nas áreas de comunicação, marketing e publicidade.

Seria absurdo atribuir nota máxima a ambas sob o argumento de que “cumpriram o exigido no edital”. Mas é exatamente isso que pretende o recorrente.

Pelo exemplo acima, fica evidente a interpretação equivocada do edital pela recorrente, o que se repetiu em vários outros trechos de seu recurso, seguindo sempre a mesma lógica.

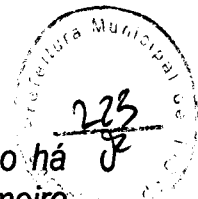
Vale também destacar que os membros da subcomissão conhecem a realidade local e suas peculiaridades, estando aptos a avaliar o que é mais importante para impactar junto à população da sua cidade.

Por derradeiro, é imprescindível mencionar trechos da sentença da magistrada Raquel Fratantonio Perini nos Autos nº 7491-91.2011.8.16.0021, em ação civil pública movida pelo Ministério Público do Paraná que questionava, entre outros aspectos, a suposta subjetividade dos critérios e notas atribuídas pela Comissão de Licitação em Concorrência Pública do Município de Cascavel/PR:

*“Pois bem, passa-se à análise da segunda tese elencada na inicial – **Subjetividade dos critérios de julgamento das propostas técnicas.***

...

*Assim, quando da leitura da ata de julgamento das propostas técnicas (fls. 512/522), não se vislumbra a subjetividade alegada. Ao contrário, percebe-se que houve comparação das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, tendo sido apontadas pelo réu (Comissão Especial de Licitação), **quais as circunstâncias que fizeram concluir que uma proposta era superior ou inferior à outra, ou seja, o porquê de uma empresa ter recebido pontuação mais elevada do que outra.***



Frisa-se, não há irregularidade neste ponto, ou seja, não há ofensa ao que prevê o art. 46 §1º, I da Lei 8.666/93, primeiro porque, como visto, o **juízo se deu de forma objetiva, com base nos critérios estabelecidos no próprio certame, e também porque é possível à Administração avaliar de forma comparativa** de que modo cada empresa concorrente irá executar os serviços objetos da licitação, atribuindo maior nota àquela empresa que atingir com êxito ou melhor qualidade cada quesito previsto, em busca da melhor prestação do serviço e interesse público.” (grifos nossos)

Os trechos da sentença são de clareza ímpar e se amoldam com perfeição ao caso em tela, afastando qualquer hipótese de julgamento subjetivo por parte da subcomissão.

3) Dos pedidos

Diante do exposto, requer seja indeferido o pleito da recorrente em relação à equiparação de sua nota à atribuída à NTV no item 9.4.3 – Ideia criativa, bem como seja rejeitada a tese de julgamento subjetivo por parte da subcomissão técnica, pelas razões nesta peça expostas.

Nestes Termos, Pede Deferimento.

Cascavel para Laranjeiras do Sul, 17 de outubro de 2018.

Nilson Silvio Fante
NTV Imagem e Propaganda Ltda.

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL
ILMO. SR. GILSON FERREIRA CELLA



Ref. Edital de Concorrência - Melhor Técnica e Preço - nº 006/2018.
Contratação de Serviços de Publicidade prestados por intermédio de Agência.

BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, ("Recorrida" ou "Blanco Lima"), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 72.491.186/0001-30, com sede na Rua Presidente Kennedy, 2802, Coqueiral, Município de Cascavel/PR, já qualificada na presente licitação, vem, respeitosamente de forma **TEMPESTIVA** à presença de Vossa Senhoria, por seu representante legal, interpor **CONTRARRAZÕES** ao recurso apresentado pela **N.T.V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA** ("Recorrente" ou "N.T.V."), nos termos que seguem:

DAS RAZÕES PARA O PROVIMENTO DE CONTRARRAZÕES

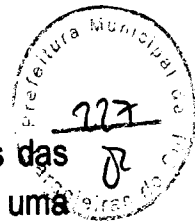
A recorrente N.T.V. pleiteia a inabilitação da proposta apresentada pela Blanco Lima, alegando contra a classificação da licitante, que:

- A Recorrida não apresentou seu Plano de Comunicação em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- Deixou de indicar profissional do setor de "mídia" na "Qualificação e Quantificação de Profissionais";
- Não apresentou cópias autenticadas dos documentos, mas, sim, cópias (sem autenticação) das vias dos documentos que possui autenticação.

Antes de enfrentar o mérito do recurso da N.T.V., é necessário fazer um esclarecimento quanto às alegações ali formuladas. A recorrente se prende a erros materiais e a um formalismo exacerbado que não possuem qualquer impacto substantivo na proposta da Recorrida, apresentando sem qualquer respaldo probatório, sugerir que a Blanco Lima tenha cometido tais erros.

Feita essa breve contextualização, passa-se a enfrentar os argumentos apresentados pela N.T.V. em seu recurso.

1. DA CONSTITUIÇÃO DE ERROS FORMAIS QUE NÃO VICIAM NEM TORNAM INVÁLIDA A VERSÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO



Plano de Comunicação, visto que há erros de formatação em todas as propostas das demais licitantes. Se pelo motivo alegado pela recorrente, houver a inabilitação de uma licitante, todas as demais também deveram ser inabilitadas. Tal feito demonstra a ausência de dano e que os princípios da instrumentalidade, razoabilidade e da proporcionalidade que fundamentam julgar improcedente o pedido de inabilitação apresentado pela recorrente.

No intuito de selecionar a proposta mais vantajosa para a administração pública, a Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul deve adotar no julgamento das propostas técnicas, o princípio do **formalismo moderado** que preconiza a verificação de cumprimento da exigência editalícia sem apego inconsequente à forma e à formalidade, ou seja, sem permitir a prevalência do formalismo extremo sobre o conteúdo de modo a frustrar outro princípio valioso nas licitações públicas: o da competitividade do certame.

Sobre o princípio do formalismo moderado, o Tribunal de Contas da União (TCU), por meio do voto do Ministro Relator do Acórdão 7334/2009 (Primeira Câmara) estabelece de forma clara seu posicionamento:

*“De fato, a administração não poderia prescindir do menor preço, apresentado pela empresa vencedora, por mera questão formal, considerando que a exigência editalícia foi cumprida embora que de forma oblíqua, **sem prejuízo a competitividade do certame**. Sendo assim, aplica-se o princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, **a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo**, respeitadas ainda as formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados, tudo de acordo com o art. 2º, § único, incisos VIII e IX, da Lei nº 9.784/1999.” (grifo nosso).*

A despeito disso, é fato que tais ocorrências, como a não colocação do espiral, não impediram a licitante de atender ao que se pretendia quanto ao disposto no edital. Vale ressaltar o que é mais importante: **tal fato não trouxe qualquer ameaça ou afronta à imparcialidade e à lisura do certame.**

Cabe ainda salientar que a versão examinada para efeito de pontuação pela Subcomissão Técnica seguiu o que preconiza a Lei 12.232/2010 em que a proposta apresentada não possui qualquer marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação da recorrida ou que identificasse ou sugerisse sua autoria, fato que a colocação ou não



Nesse caso apontado, ao flexibilizar formalismos nos limites e condições acima descritos, a Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul assegura a prevalência do interesse público de que a disputa se dê na arena de qualidade técnica e de preço, e não na de formalismos exacerbados expostos pela recorrente, atendendo à orientação do TCU contida no Acórdão 616/2010 (Segunda Câmara):

*“Observe o dever de diligência contido no art. 43, § 3º, da Lei nº 8.666/93, de forma a **flexibilizar formalismos que podem redundar na frustração ao caráter competitivo que deve reger as licitações na administração pública.**” (grifo nosso).*

Dessa forma, é de se concluir por essa Douta Comissão de Licitação que a recorrida não apresentou qualquer evidência contrária à lisura, à transparência e ao caráter isonômico do sistema de julgamento empregado na Concorrência 006/2018 **cujos pilares são o exame de propostas sem qualquer identificação de autoria, o estabelecimento de parâmetros de atribuição de notas nos quesitos pontuáveis e, por fim, a correspondência exata entre pontuação e conceitos conferidos a cada item.**

2. DO NÃO ATENDIMENTO DOS PILARES PELA EMPRESA N.T.V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.

Resta claro que a recorrente deixou de corresponder aos conceitos pedidos pelo *Briefing*, exposto no edital. Ao verificar os documentos apresentados pela empresa N.T.V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. observa-se claramente que não foram atribuídas notas condizentes com suas propostas, o que influencia negativamente o resultado parcial do certame.

Esta empresa não apresentou sua proposta técnica condizente com o *Briefing* proposto pela Administração Pública do Município de Laranjeiras do Sul (Anexo II do Edital), o que não foi devidamente considerado pela Douta Subcomissão Técnica quando a mesma atribuiu as notas.

Ora, o *Briefing* proposto pela Administração Pública do Município de Laranjeiras do Sul estabelecia as diretrizes sobre as quais a proponente deveria elaborar a sua proposta técnica. Veja-se:

A população vem acompanhando uma sequência de ações que estão melhorando as suas vidas, sejam elas através de obras e serviços, seja através da recuperação da alma da



dando ênfase as obras e serviços realizados em todo o município, em especial do Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, o maior plano de mobilidade urbana da história do município que está levando asfalto e calçamento no centro e bairros e recuperando as estradas do interior

Assim, o Briefing estabelecia o seguinte objetivo de comunicação/campanha a ser atingido:

Essa campanha visa também identificar ao público aonde estão sendo aplicados os recursos conquistados em 2017, que passa de R\$ 21 milhões, (R\$ 10 milhões a fundo perdido, R\$ 7 milhões financiamento e R\$ 4 milhões recursos próprios) e os novos desafios que virão pela frente, que a partir de agora poderão ser encarados de forma mais confiante, mostrando que sua cidade pode ser sim, um lugar ainda muito melhor para se viver.

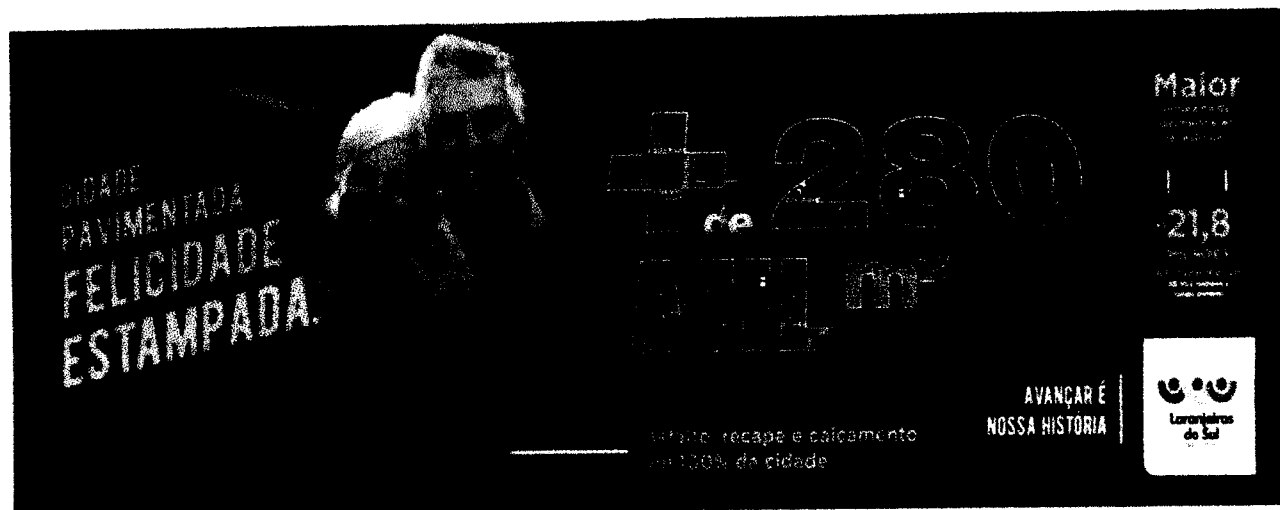
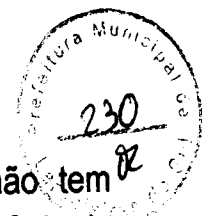
Ou seja, a partir de uma simples leitura do *Briefing*, resta claro que a campanha esperada pelo "cliente" deveria fazer o munícipe de Laranjeiras do Sul compreender todos os aspectos positivos de investimentos que devem ser valorizados, tais como todos os ligados a obras e serviços, como os em saúde, educação, entre outros, passando a fazer com que o cidadão veja o que o município está fazendo e investindo os recursos arrecadados.

Entretanto, da proposta apresentada pela recorrente, a mesma não atendeu às exigências colocadas no *Briefing* e acabou alcançando notas a qual causa indignação, *in casu*.

Ora, no que tange ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, tudo está relacionado ao *Briefing* constante do Anexo II do edital, o que reconhecidamente não foi atendido pela empresa N.T.V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. que não compreendeu que a campanha simulada deveria contemplar um apanhado de todas as obras e serviços que o Município de Laranjeiras do Sul vem realizando, enfatizando o Programa de Pavimentação.

Se o objetivo era fazer o munícipe de Laranjeiras do Sul compreender todos os aspectos positivos de investimentos que devem ser valorizados, a recorrente estava obrigada a apresentar suas peças criativas e seu Plano de Comunicação Publicitária contendo os demais dados e informações.

Ora Douta Comissão, isso demonstra que a empresa supracitada não tem conhecimento da realidade como um todo do Município de Laranjeiras do Sul, do trabalho realizado pela Gestão Pública, assim como não explicitou em suas peças os investimentos alocados nas obras e serviços, restringindo-se apenas em falar sobre o programa de pavimentação. Veja-se:



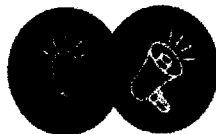
(Peça criativa apresentada pela empresa N.T.V., evidenciando apenas o Programa de Pavimentação).

Sendo observado isso, podemos ver que a recorrente não cumpriu um dos pilares no que tange ao princípio dessa licitação, atrelando sua campanha e seu conceito somente à questão de pavimentação, não atendendo ao solicitado. Tal feito merece reconsideração em sua nota, visto que isso sim fere os princípios desse certame.

3. DA INDICAÇÃO DO PROFISSIONAL DO SETOR DE "MÍDIA" NA "QUALIFICAÇÃO E QUANTIFICAÇÃO DE PROFISSIONAIS.

De toda forma, como se vê, a N.T.V. parte da equivocada premissa – espantosamente adotada por uma empresa de publicidade – de que a recorrida deixaria de conter em seu quadro de funcionários um profissional de mídia.

Evidentemente, a falsa premissa não resiste a uma breve análise aos documentos apresentados pela Blanco Lima, que pode confirmar que a recorrida apresenta seu profissional desta área na página 5 das suas demais informações integrantes da proposta técnica (capacidade de atendimento) – página essa que deixou de ser anexada (por um erro de digitalização por parte desta prefeitura) junto aos documentos copiados e fornecidos pela Comissão de Licitação as demais licitantes. Basta checar o documento



MIDIA

ELIANE T. NEVES HARTMANN

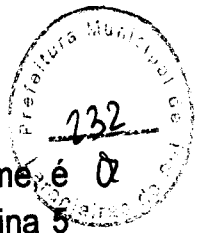
Graduada em Gestão Comercial pela Univel Centro Universitário, está há 15 anos trabalhando na agência, onde atua no Departamento de Mídia. Planeja, analisa e faz estudo da programação que melhor atinja o público-alvo, acompanha a entrega e veiculação dos materiais para emissoras; negocia e compra espaços publicitários; além de fazer orçamento de impressos (convites, folders, papelaria, catálogos etc) e para a produção de banners, fachadas, outdoors, entre outros.




FINANCEIRO/ATENDIMENTO

CELIA APARECIDA ALIPIO

Atua no setor financeiro e na prestação de contas para os clientes dos serviços realizados pela agência e seus fornecedores. Faz gestão de todo o processo sistêmico entre clientes e veículos, desde a cobrança dos serviços contratados até a prestação de contas ao cliente.




No entanto, nos arquivos digitais fornecidos às agências participantes do certame, é visto que foram copiados apenas às páginas 4 e página 6, sendo ignorada a página 5 que compreendia esse profissional.



REDAÇÃO

JOSÉ AUGUSTO SEIBT SEIDE

Atua como redator, revisor e gerador de conteúdos para redes sociais dos clientes da agência. Graduado em Jornalismo pelo Centro Universitário FAG e certificado em Aperfeiçoamento Textual pela Escola de Escrita (Cunha), já atuou na Assessoria de imprensa da OAB-Cascavel e da Expoval. Último ano passado seu primeiro livro "De Russas para o Brasil: o sepa de Pedro e Ana Bachinski".



PRODUÇÃO


STEFANIE FELDI PROVESAN

Estudante do 4º semestre de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na Unipar - Centro Universitário. Trabalha na geração de conteúdos para redes sociais de clientes da agência, função na qual acumula dois anos de experiência.

ROBSON DONA

Trabalha há sete anos com webdesign, programação e manutenção de hardware e redes. Atua na área de desenvolvimento web e é analista de redes sociais da agência. Curso dos anos de Sistema de Informação no campus de Cascavel da Universidade Paranaense (Unipar) e possui certificação pelo parafornia Raxiden.

Blanco Lima
2016/08/08



ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO

ELVIS CÂNDIDO LIMA

Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, especialista em Marketing pela UFPR, graduado em Comunicação pela PUC-Campinas e certificado em vários módulos na Escola Superior de Publicidade e Marketing (ESPM). Atua, desde 1981, no ramo de comunicação com experiência em jornais, revistas, televisão, rádio e Secretaria de Comunicação de Asses. Chateaubriand. Atualmente é sócio-diretor da Blanco Lima.

JOHANAN K. TOLEDO WERPACHOWSKI

Com experiência de quatro anos na área de planejamento e atendimento, atua no setor de Planejamento na agência há aproximadamente dois anos. Estudo Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário FAG, curso dos anos de Ciências Econômicas na Unicoste e é formado em Tecnologia em Administração pelo Ceed de Cascavel. Atua na área como assistente em grandes organizações, como a Sinos PR.

LEUDOMILA PARCIANELLO

Publicitária formada pela Universidade Paranaense (UNIPAR), há 17 anos atuando nas áreas de atendimento e planejamento, atuando com as marcas Unimed Cascavel, Cascavel JE, Shopping Super Multão - União cartão de crédito (Credicard), Colossionator Brizze-Mitubahi, Renault, Opel, veículos, Hyundai/Veloz, Potempier Indústria de Vídeos, Gabriely Baby Moda Bebê, Mundo Impacto, Orbis Sistemas, Teconix Tecnologia, Intellictech, Inteligence Technologies.

Blanco Lima
2016/08/08

(nos arquivos digitais fornecidos pela Comissão de Licitação é perceptível que falta uma página de numeração ímpar nos documentos).

Feito o esclarecimento acima, a Blanco Lima ratifica que apresentou seu profissional de mídia, incluindo ele em seus documentos. Apesar de serem ultrajantes as alegações apresentadas pela recorrente (visto que para uma agência de publicidade precisa ter esse profissional em seu quadro para obter certificado técnico de funcionamento), a Recorrida, buscando a celeridade deste procedimento, apresenta a contrarrazão e os documentos que comprovam as informações prestadas.

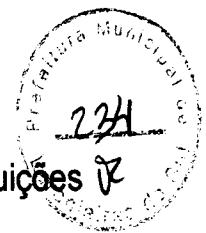
4. DA APRESENTAÇÃO DE CÓPIAS AUTENTICADAS DOS DOCUMENTOS.

Nesse sentido devemos ter em foco um importante postulado de hierarquia constitucional que deve nortear a atuação administrativa: o princípio da verdade material/verdade real. Neste sentido, a Administração não deve ficar apenas adstrita ao que seja demonstrado no procedimento, devendo buscar a verdade substancial acerca dos fatos demonstrados.

material dos documentos. O aludido axioma tem fundamento constitucional e é de observância obrigatória pela Administração, vez que a verdade material está intrinsecamente relacionada à própria natureza da atividade administrativa.



"O princípio da verdade material estriba-se na própria natureza da atividade administrativa. Assim, seu fundamento constitucional implícito radica-se na própria qualificação dos Poderes tripartidos, consagrada formalmente no art. 2º da Constituição, com suas inerências. Deveras, se a Administração tem por finalidade alcançar verdadeiramente o interesse público fixado na lei, é óbvio que só poderá fazê-lo buscando a verdade material, ao invés de satisfazer-se com a verdade formal, já que esta, por definição, prescinde do ajuste substancial com aquilo que efetivamente é, razão porque seria insuficiente para proporcionar o encontro com o interesse público substantivo. Demais disto, a previsão do art. 37, caput, que submete a Administração ao princípio da legalidade, também concorre para a fundamentação da verdade material no procedimento, pois, se esta não fosse postergada, seria impossível atender à autêntica legalidade na criação do interesse público."
(grifos nossos).



Corroborando o entendimento acima, vale colacionar as pertinentes contribuições de Helly Lopes Meirelles:

"O princípio da verdade material, também denominado de liberdade na prova, autoriza a Administração a valer-se de qualquer prova lícita que a autoridade processante ou julgadora tenha conhecimento, desde que a faça trasladar para o processo. É a busca da verdade material em contraste com a verdade formal. Enquanto nos processos judiciais o Juiz deve-se cingir às provas indicadas no devido tempo pelas partes, no processo administrativo a autoridade processante ou julgadora pode, até final julgamento, conhecer de novas provas, ainda que produzidas em outro processo ou decorrentes de fatos supervenientes que comprovem as alegações em tela".

Com isso, vê-se a importância do princípio em foco, de observância obrigatória pela Administração Pública, sendo possível extrair de sua exegese que pouco importa, portanto, se os documentos apresentados já estavam outrora autenticados, mediante apresentações dos documentos originais que o embasem, permanecem efetivamente válidos. Isso porque a sua validade material (aquela aferível por meio do documento original apresentado em cartório que possibilita a autenticação de documentos) se sobrepõe à sua validade formal (considerada pela Recorrente ao avaliar apenas as cópias da via apresentada pela Blanco Lima), o que se confirma a regularidade dos documentos apresentados pela recorrida.

5. DO PEDIDO.

Com base em tais fundamentos de cunho fático e jurídico, pleiteia-se o conhecimento e provimento da presente **CONTRARRAZÃO**, e que, diante de todo o exposto, considerem-se improcedentes todos os argumentos apresentados pela N.T.V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA..

Pleiteia-se também o recebimento e provimento da presente contrarrazão para que sejam revistas as notas e a classificação da N.T.V., que apresentou sua proposta sem observar os pilares do certame.

Caso esta D. Comissão decida por não acatar a improcedência dos argumentos apresenta-os pela recorrente, requer-se a conversão da contrarrazão e seu encaminhamento à Autoridade Superior competente para a análise do requerimento.



Elvis Candido Lima

Elvis Candido Lima

CPF 394.149.149-00

Sócio-gerente

Blanco Lima Comunicação e Marketing Ltda.

72.491.186/0001-30

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO
E MARKETING LTDA.

Rua Presidente Kennedy, 2802
Jd. Cristal

85807-080 CASCAVEL - PR



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



DEPARTAMENTO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 006/2018-PMLS

Ofício DLPMLS, 18 de outubro de 2018.

À subcomissão técnica.

Assunto: Encaminhamento Recurso e Contrarrazões - C.P. 006/2018-PMLS.

Tendo em vista o fim dos prazos para recursos e contra recursos, encaminho os recursos e impugnações de recursos apresentadas:

RECURSOS:

DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI

NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA

BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

CONTRARRAZÕES:

CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA X BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA X DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI

CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA X NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA

NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA X DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI

BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA X NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA

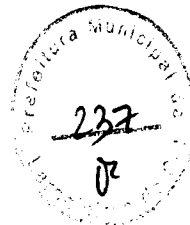


MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 - Fone: (42) 3635-8100 - Fax: (42) 3635-8136



AVISO SUSPENSÃO

De: Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

Data: 24 de outubro de 2018.

Referente: Suspensão.

Venho por meio desta comunicar que a licitação Concorrência 006/2018-PMLS que tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO**, está suspensa temporariamente, devido a extensão dos recursos e contrarrazões apresentados e necessidade de realização de diligências.

Atenciosamente,


Gilson Ferreira Cella
PRESIDENTE CPL

24/10/2018

Gmail - AVISO SUSPENSÃO



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>



AVISO SUSPENSÃO

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

24 de outubro de 2018 17:17

Para: producao@doppslu.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@duda.com.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

AVISO SUSPENSÃO

De: Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

Data: 24 de outubro de 2018.

Referente: Suspensão.

Venho por meio desta comunicar que a licitação Concorrência 006/2018-PMLS que tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO**, está suspensa temporariamente, devido a extensão dos recursos e contrarrazões apresentados e necessidade de realização de diligências.

Atenciosamente,

Gilson Ferreira Cella
PRESIDENTE CRI



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



RESPOSTA AO RECURSO CONCORRÊNCIA N° 006/2018-PMLS

Laranjeiras do Sul-PR, 05 de novembro de 2018.

Objeto: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.

RECORRENTE: **DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI.**

I. DA ADMISSIBILIDADE DO RECURSO APRESENTADO

Com relação à admissibilidade, o Art. 109 da Lei Federal 8.666/1993 aduz que:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante.

Assim, o Recurso Administrativo da empresa DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI, merece ser conhecido, porquanto, protocolizado dentro do prazo legal (tempestivo), a parte legítima e o instrumento manejado é adequado ao fim que se propõe.

Decorrido o prazo para apresentação de recursos foi aberto prazo para apresentação de contrarrazões, conforme Art. 109, § 3º da Lei Federal 8.666/1993. Apresentaram contrarrazões ao recurso da empresa DUDACOM MARKETING



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



II. DAS RAZÕES DO RECURSO DA EMPRESA DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI

Em apertada síntese a recorrente aduz que:

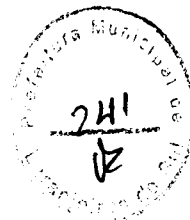
- 1) Irresignada com o julgamento proferido pela Subcomissão Técnica, que segundo a mesma foi dotado de subjetividade;
- 2) Violação dos princípios legais e do instrumento convocatório;
- 3) Alega que seguiu todos os critérios objetivos exigidos no edital, porém teve a nota atribuída menor se comparada com outras concorrentes que, segundo a mesma, apresentaram proposta técnica equiparada a sua;
- 4) Cita ampla jurisprudência sobre julgamento objetivo, vinculação ao instrumento convocatório;
- 5) Compara sua nota no item 9.4.1. à nota da empresa "C" alegando que ambas cumpriram ao que pedia o edital;
- 6) Compara sua nota no item 9.4.2. à nota da empresa "C" alegando que ambas apresentaram ideias idênticas;
- 7) Compara sua nota no item 9.4.3. à nota da empresa "G" que obteve nota máxima no quesito e ainda cita as empresas C e H que obtiveram nota igual à recorrente porém com justificativas negativas;
- 8) Alega que no item 9.4.5. foi prejudicada ao citar em sua estratégia a distribuição de folders, cartazes, banners em lona e jornal institucional em estabelecimentos como colégios da rede Municipal e Estadual de Ensino e outros órgãos da sociedade civil.
- 09) Mostra-se irresignada com a sua nota no Item 10.3.2.1. alegando que atendeu ao que previa o edital;
- 10) Mostra-se irresignada com a sua nota no Item 10.3.2.2. alegando que atendeu ao que previa o edital;
- 11) Mostra-se irresignada com a sua nota no Item 10.3.2.3. alegando que atendeu ao que previa o edital;



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



III - DAS CONTRARRAZÕES

A empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA apresentou contrarrazões alegando que:

- 1) Na análise de cada proposta, a subcomissão compara os diferentes planos para ter parâmetros mais claros;
- 2) Nas notas atribuídas a subcomissão utilizou os termos bom e interessante nas notas da recorrente, enquanto que da empresa NTV utilizou-se os termos excelente, muita qualidade e muito bem elaborado.
- 3) Que as justificativas da subcomissão são claras objetivas e consistentes;
- 4) Que a recorrente incorre em erro no item 121 de sua peça recursal, pois o que se avalia é a capacidade de atendimento, logo quanto maior for a estrutura física e mais numeroso e qualificado o capital humano colocados à disposição do contratante, melhor será a capacidade de atendimento, devendo a nota ser mais alta.
- 5) Alega não assistir razões à recorrente e cita jurisprudência corroborando o entendimento.

Já a empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA alega como contrarrazões que:

- 1) Que a Subcomissão Técnica tem autonomia para estabelecer tecnicamente essas análises e de construí-las conforme fundamentos da teoria e da prática, considerando a experiência de cada membro.
- 2) Que a planilha apresentada pela recorrente não atende ao fim almejado, pois fere a autonomia da subcomissão.
- 3) Pugna pela não possibilidade de revisão das notas, salvo quando da existência de erro material.

IV - DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

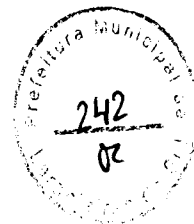
Antes de passar à análise do recurso, cabe ressaltar que o julgamento da Subcomissão Técnica seguiu todos os trâmites de



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



Sobre os itens 1, 2, 3 e 4 das razões do recurso:

Como já explicitado acima, a subcomissão julgou as propostas técnicas de acordo com o edital e com a lei 12.232/2010. As notas foram dadas de maneira individualizada por membro conforme cada item a ser pontuado. Outrossim, houve reavaliação das notas quando constatada a diferença de 20% de um avaliador para outro. A licitante, por meio de argumentações pontuadas sobretudo nas justificativas expostas pelos avaliadores, busca criar uma inexistente incoerência entre as notas a ela atribuídas e as considerações efetuadas pelos membros. Busca incansavelmente apontar supostas falhas da subcomissão técnica ao comentarem alguns quesitos de sua proposta no momento da avaliação, e ignora gravemente a prerrogativa que detêm os membros da comissão avaliadora em efetuar suas avaliações em conhecimentos técnicos, experiência e conceitos adquiridos ao longo de suas carreiras na área.

Em vários pontos de sua peça recursal afirma que a comissão usou de subjetividade, citando, inclusive, falta de isenção dos avaliadores, porém, utiliza-se de argumentos que se limitam a afirmar que sua nota não é condizente com a nota das demais participantes e que pelo simples fato de o avaliador ter elencado pontos positivos em suas justificativas, requer a nota total.

Se a licitante não concorda com as notas atribuídas, deve apresentar à subcomissão técnica subsídios congruentes para que possa ser interpretada de modo diferente. Preocupou-se apenas em atacar as decisões, elevando sua proposta e por vezes desmerecendo o trabalho das demais licitantes e também o trabalho da subcomissão técnica.

A lei 12.232/2010 busca total isenção dos membros da subcomissão técnica, sendo claro que as propostas técnicas analisadas não são identificadas e têm sua autoria desconhecida. Deste modo, é impossível a revisão das notas, a não ser quando constatado que a subcomissão incorreu em erro.

Desta feita, analisaremos somente os itens questionados pela recorrente e fundamentados tecnicamente para verificação se houve ou não erro material, conforme contrarrazões apresentadas.

Com relação a nota atribuída ao item 9.4.1. (raciocínio básico), a subcomissão reitera as justificativas apresentadas. Em comparação com a empresa "C" a recorrente obteve nota menor apenas do avaliador "C".



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



realizada utilizando-se critérios comparativos entre as propostas. **Mantêm-se as notas.**

Com relação ao item 9.4.3. (ideia criativa) a subcomissão técnica ratifica suas notas. Não há qualquer erro que enseje correção. A recorrente compara sua nota com a empresa "G". Vejamos os adjetivos utilizados por esta comissão nas suas justificativas para pontuar a recorrente: avaliador 1 "bom", avaliador 2 "bom" e avaliador 3 "interessante". Agora vejamos os adjetivos usados utilizados na empresa "G": avaliador 1 "excelente", avaliador 2 "muita qualidade", avaliador 3 "muito bem elaborada". Independe de mais explicações. As empresas "C" e "H" tiveram pontos subtraídos no item em questão conforme justificativas assim como a recorrente. A recorrente busca uma equiparação de suas notas pelo fato de ter atendido ao edital, porém, na avaliação da subcomissão há de se levar em conta a qualidade desse atendimento. **Mantêm-se as notas.**

Com relação ao item 9.4.5. a recorrente argumenta que teve nota subtraída erroneamente em decorrência da Lei Municipal 015/2018. Em análise à lei em questão, verifica-se que a mesma não permite a fixação de panfletos em veículos estacionados e proíbe jogar panfletos em pátio residencial e de entradas de edifício, colocação em grades residenciais e comerciais, sendo permitida entrega em caixa de correio em mãos. Vejamos o que diz pela recorrente em sua estratégia de mídia e não mídia:

"Não mídia.

Os folders, cartazes, banners em lona e jornal institucional usarão o tema principal da campanha reforçando os serviços, ações e programas municipais, sobretudo os avanços estruturais que colocam Laranjeiras do Sul na condição de um micropolo regional. Este material será distribuído nas escolas municipais e estaduais, clubes de serviços (a exemplo de Rotary e Lions Club), associações de classe, no comércio em geral e nas repartições públicas. Além disso, eles serão disponibilizados em eventos promovidas (sic) no município, com o objetivo de alcançar o público-alvo prioritário.

Como pode-se ver a recorrente não afronta a Lei Municipal 015/2018 em seu plano de comunicação, razão pela qual os avaliadores 1 e 3 decidem rever sua nota, passando-se para: **Avaliador 1: 3,5. Avaliador 3: 4,5.** Os avaliadores incorreram em equívoco na interpretação da lei em questão, o que não caracteriza avaliação subjetiva, tratando-se tão somente de uma avaliação jurídica equivocada da normativa municipal.



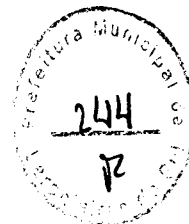
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136



rever sua nota no quesito 10.3.2.1. para 9. Demais avaliadores ratificam suas notas. Entretanto, há de se mencionar que a recorrente interpretou equivocadamente o edital, senão vejamos o que pedia o item 10.1.1.:

Currículo resumido máximo de 5 linhas, com a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição do CONTRATANTE, **pelo menos um de cada setor:** direção de arte, redação, arte finalista, mídia, produção e atendimento, podendo ser acumuladas funções, comprovando as funções exercidas do vínculo empregatício (quer seja por registro em carteira de trabalho ou contrato de trabalho) com a empresa participante do certame licitatório, ou contrato de terceirização com empresa que disponha de tais profissionais (devendo neste caso apresentar o contrato e a qualificação dos profissionais com vínculo com a empresa terceirizada) ou ainda por composição do quadro social da licitante, em cópias autenticadas; Grifo

Nota-se que o edital estipula um número mínimo de equipe a ser disponibilizada ao contratante, o que fica evidenciado no trecho “pelo menos um de cada setor”. Logicamente, quanto mais profissionais colocados à disposição do município maior será a pontuação da proponente. Outrossim, o item 10.3.2.1. foi avaliado pela **Qualificação e Quantificação dos profissionais**, ou seja, a simples disponibilização do mínimo exigido não é garantia de nota máxima.

Com relação ao item 10.3.2.2. os avaliadores ratificam as notas atribuídas a recorrente, tendo em vista a inexistência de qualquer erro material em sua avaliação. Ressalta-se que a recorrente se contradiz, senão vejamos:

Item 121 da peça recursal: Está bem claro que era para apresentar **apenas** os profissionais que serão colocados à disposição da prefeitura [...]

No portfólio apresenta: Além do profissional exclusivo para atendimento, é válido ressaltar que a DudaCom coloca à disposição da prefeitura **toda a equipe** [...] Grifo

Com relação ao item 10.3.2.3. a comissão ratifica as notas tendo em vista a recorrente não apresentar qualquer erro cometido pelo subcomissão técnica, sendo que foram avaliadas e atribuídas conforme solicitou o edital, assim como no item 10.3.2.4.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



9.4.1	9	10	9
9.4.2	4	4	4
9.4.3	14	14	14
9.4.5	3,5*	2	4,5*
TOTAL	30,5	30	31,5
MÉDIA ARITMÉTICA = 30,66			

* Notas que sofreram alteração

DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA – Envelope n° 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	9*	7	8
10.3.2.2	5	4	5
10.3.2.3	13	10	14
10.3.2.4	4	3	4
TOTAL	31	24	31
MÉDIA ARITMÉTICA = 28,66			

* Notas que sofreram alteração

PONTUAÇÃO FINAL				
		Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
DUDACOM	MARKETING	30,66	28,66	59,32
INTEGRADO LTDA				

Por fim, cabe concluir que não houve por parte da subcomissão técnica qualquer atitude que desabone sua conduta, sendo que procedeu em estrito cumprimento da lei e do edital, sendo que os erros apontados foram revistos e corrigidos. A recorrente não apresentou, no entender da subcomissão técnica, qualquer evidência contrária à lisura, à transparência e ao caráter isonômico do sistema de julgamento empregado na Concorrência 006/2018-PMLS.

Destaca-se que as notas atribuídas por esta comissão são pessoais, e dependem da percepção dos julgadores sobre cada quesito a ser cumprido. Os membros da subcomissão possuem formação, atuação e experiência distinta, o que garante diferentes percepções, conclusões e análises sobre o conteúdo proposto pelas proponentes, caso contrário, não seria necessária a existência de uma subcomissão técnica para avaliação dos conteúdos.

Compete esclarecer ainda que, quando são examinados itens, a eventual variação de conceitos entre os avaliadores é um mecanismo necessário para refletir percepções individuais que, analisadas em seu conjunto, explicitam o gradiente de situações verificadas no exame das propostas.

Deste modo, essa grade de



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



de cada um na aplicação da nota individual. Deste modo, com base no exame sem conhecimento da autoria das propostas bem como pelo lançamento de notas individuais com seus respectivos comentários, reduziu-se a subjetividade, favorecendo-se a avaliação isonômica na análise das propostas.

V - ANÁLISE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Ressalta-se que a análise da comissão de licitação é apenas dos aspectos formais e não tem qualquer influência na avaliação técnica.

Quanto à alegação de subjetividade por parte da subcomissão técnica, é importante ressaltar que há jurisprudências no sentido de admissibilidade de certa subjetividade na avaliação das propostas técnicas, tendo em vista a heterogeneidade dos membros da subcomissão técnica e suas formações.

O TCU já se manifestou nesse sentido no Acórdão nº 15.542/2012-TCU-Plenário:

De início, cumpre considerar que, embora os arts. 44 e 45 da Lei de Licitações visem à imparcialidade e ao interesse público, **CERTO GRAU DE SUBJETIVISMO, MESMO INVOLUNTÁRIO, É INERENTE A QUALQUER AVALIAÇÃO, ANTE A IMPOSSIBILIDADE FÁTICA DA FIXAÇÃO DE CRITÉRIOS DE JULGAMENTO ABSOLUTAMENTE OBJETIVOS.** A estipulação de pontuação máxima e mínima e a fundamentação dos atos administrativos que procedam às avaliações são mecanismos para o controle desses atos. Uma vez que os atos de julgamento sejam amparados por arrazoados consistentes, reduz-se o risco de cometimento de arbitrariedades.

Ao estabelecer o que seria avaliado em cada item da proposta técnica, e a composição dos subitens que comporiam os referidos itens, prevendo as respectivas pontuações mínimas e máximas, o edital previu parâmetros de atribuição das notas, minimizando o grau de subjetividade da análise técnica.

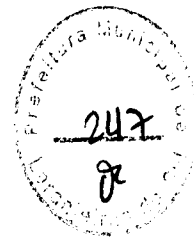
Observou-se que as notas das licitantes foram atribuídas mediante avaliação fundamentada da Comissão, que indicou as questões levadas em consideração para composição das pontuações, conferindo concretude aos parâmetros adotados no edital.
[...]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



técnica da comissão de avaliação, que deu a eles concretude, afastou a ocorrência de arbitrariedades no julgamento, tornando improcedente a representação. Destaque

Ou seja, não se verifica ausência de critérios objetivos quando da fixação no edital do que se esperava que fosse apresentado para cada item de avaliação, os itens que seriam pontuados, bem como pontuação mínima e máxima de cada item, o que consta do presente edital. Ainda, a fundamentação técnica das justificativas dá concretude às notas atribuídas aliada ao subjetivismo que é inerente dá análise técnica, afastando-se qualquer ilegalidade.

A recorrente frisa em diversos pontos que o atendimento ao edital por si só constitui parâmetro para lhe ser atribuído nota máxima nos quesitos. Se assim fosse, desnecessário seria a análise de uma subcomissão técnica constituída por profissionais formados ou que atuam na área, bastando apenas o cotejo da comissão de licitação para verificação do atendimento ou não do item, o que se acredita não ser o objetivo da lei 12.232/2010, pois assim a qualidade e diferenciais das propostas técnicas não seriam levados em consideração na atribuição das notas.

Ainda corroborando nesse sentido, a empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA fundamenta seu contrarrecurso com base de sentença da Magistrada Raquel Fratantonio Perini nos Autos nº 7491-91.2011.8.16.0021, o qual transcrevo:

“Pois bem, passa-se à análise da segunda tese elencada na inicial – Subjetividade dos critérios de julgamento das propostas técnicas.

...

Assim, quando da leitura da ata de julgamento das propostas técnicas (fls. 512/522, **NÃO SE VISLUMBRA A SUBJETIVIDADE ALEGADA. Ao contrário, percebe-se que houve comparação das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, tendo sido apontadas pelo réu (Comissão Especial de Licitação), quais as circunstâncias que fizeram concluir que uma proposta era superior ou inferior à outra, ou seja, o porquê de uma empresa ter recebido pontuação mais elevada que outra. Portanto, considerando as circunstâncias até aqui esposadas, critérios de julgamento e forma como foi atribuída a pontuação às empresas, visto que as propostas técnicas foram julgadas de forma comparativa e precisa, e de acordo com o previsto no item 10.4, não há que se falar em subjetividade dos critérios.**



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



ou melhor qualidade cada quesito previsto, em busca da melhor prestação do serviço e interesse público. Destaque

Quanto à solicitação de revisão de notas, com base no Art. 12 da Lei 12.232/2010, entendo não ser possível, tendo em vista a necessidade de atribuição das notas quando do não conhecimento da autoria das propostas, exceto quando dá verificação de fatos novos que comprovem erros na atribuição das notas, o que foi verificado pela subcomissão em itens pontuais e procedido à correção.

Face o exposto, tendo em vista a manifestação da subcomissão técnica procedendo à correção dos itens laborados em equívoco, julga-se pelo acolhimento parcial das alegações da recorrente apenas nos pontos em que as notas foram corrigidas pela subcomissão técnica, não acolhendo qualquer requerimento de revisão de nota por falta de mérito e fundamentação técnica.

Em atendimento ao § 4º do art. 109 da Lei 8.666/1993, encaminhe-se ao Excelentíssimo Prefeito Municipal para os devidos fins.

Plácido Damiani Neto
PLACIDO DAMIANI NETO
Subcomissão Técnica

Diana Pretto
DIANA PRETTO
Subcomissão Técnica

Roberty Ary Rohsler
ROBERTY ARY ROHSLER
Subcomissão Técnica

Gilson Ferreira Cella
GILSON FERREIRA CELLA
Presidente CPL



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



RESPOSTA AO RECURSO CONCORRÊNCIA Nº 006/2018-PMLS

Laranjeiras do Sul-PR, 05 de novembro de 2018.

Objeto: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIACÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.

RECORRENTE: NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.

I. DA ADMISSIBILIDADE DO RECURSO APRESENTADO

Com relação à admissibilidade, o Art. 109 da Lei Federal 8.666/1993 aduz que:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante.

Assim, o Recurso Administrativo da empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA, merece ser conhecido, porquanto, protocolizado dentro do prazo legal (tempestivo), a parte legítima e o instrumento manejado é adequado ao fim que se propõe.

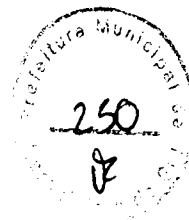
Decorrido o prazo para apresentação de recursos foi aberto prazo para apresentação de contrarrazões, conforme Art. 109, § 3º da Lei Federal 8.666/1993



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



II. DAS RAZÕES DO RECURSO DA EMPRESA NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA

Em apertada síntese a recorrente aduz que:

Em relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA:

- 1) Descumprimento do Item 10.1.1. quando não apresentados os documentos em cópias autenticadas;
- 2) Pede a inabilitação ou atribuição de nota zero no quesito 10.3.2.1.

Em relação à META PROPAGANDA LTDA:

- 1) Descumprimento do Item 10.1.1. quando não apresentados os documentos em cópias autenticadas;
- 2) Descumprimento do item 9.4. "b" ao apresentar Plano de Comunicação sem encadernamento em espiral
- 3) Pede a inabilitação ou atribuição de nota zero no quesito 10.3.2.1.

Em relação à BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA:

- 1) Descumprimento do item 9.4. "b" ao apresentar Plano de Comunicação sem encadernamento em espiral;
- 2) Descumprimento do item 10.1.1. ao deixar de indicar profissional do setor "mídia";
- 3) Descumprimento do Item 10.1.1. quando não apresentados os documentos em cópias autenticadas e sim cópias dos documentos que possuíam autenticação;
- 4) Pede a inabilitação.

Em relação à DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA:

- 1) Descumprimento do item 9.4.5 - Espaçamento de 1,5 ao invés de simples.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



1) Inconsistência entre os setores de atuação e a função efetivamente exercida e comprovada do profissional.

Em relação à HEY PROPAGANDA LTDA – EPP:

1) Descumprimento do item 9.4.1. ao pois apresentou o texto com 28 linhas.

III – DAS CONTRARRAZÕES

A empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA apresentou contrarrazões alegando que:

1) As alegações não merecem prosperar haja vista a obrigatoriedade de autenticação apenas dos documentos de habilitação;

2) Que já declarou expressamente “serem autênticos os documentos apresentados”.

3) Que a Lei Federal 13.726/2018 dispensa a exigência de autenticação de cópia de documento;

4) Cita jurisprudência no sentido de que na impugnação a documento por cópia há de ser fazer com a indicação do vício;

5) Pede não provimento ao recurso;

6) Elenca, no contrarrecurso, inúmeras alegações de descumprimento pela empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA de quesitos da proposta técnica, os quais não se fazem presentes em recurso.

Já a empresa BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA alega como contrarrazões que:

1) O uso ou não de espiral constitui erro formal que não prejudica a avaliação da via não identificada, nem afronta a lisura do certame.

2) Que possui o profissional de mídia e o indicou em seus documentos, ocorrendo uma falha nos documentos digitalizados.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



IV - DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Antes de passar à análise do recurso, cabe ressaltar que o julgamento da Subcomissão Técnica seguiu todos os trâmites da Lei 12.232/2010 e do instrumento convocatório, atendo-se à experiência dos membros da subcomissão.

Destaca-se que a Subcomissão Técnica na análise das propostas técnicas, cuidou para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

A Subcomissão Técnica relevou aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometessem a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

Em relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA;

A subcomissão técnica, na análise dos documentos solicitados no item 10.1.1. ateu-se aos critérios passíveis de pontuação.

Por certo que a exigência dos documentos em cópias autenticadas contribui para a veracidade das informações, porém, em nenhum momento do recurso interposto é questionado essa veracidade e sim a formalidade dos documentos. Desta forma, a subcomissão entende que a falta de autenticação não constitui motivo de desclassificação nem de desconto de nota, tendo em vista a proponente atender a todas as demais disposições.

Tal procedimento atendeu ao princípio do formalismo moderado, que preconiza a verificação de cumprimento da exigência editalícia sem apego inconsequente à forma e à formalidade, ou seja, sem permitir a prevalência do formalismo extremo sobre o conteúdo, de modo a frustrar outro princípio valioso nas licitações públicas: o da competitividade.

A presente subcomissão não tem por objetivo descumprir normas, mas pautar suas decisões considerando o princípio da competitividade, evitando assim que



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

Em relação à META PROPAGANDA LTDA:

A subcomissão técnica, na análise dos documentos solicitados no item 10.1.1. teve-se aos critérios passíveis de pontuação.

Por certo que a exigência dos documentos em cópias autenticadas contribui para a veracidade das informações, porém, em nenhum momento do recurso interposto é questionado essa veracidade e sim a formalidade dos documentos. Desta forma, a subcomissão entende que a falta de autenticação não constitui motivo de desclassificação nem de desconto de nota, tendo em vista a proponente atender a todas as demais disposições.

Com relação ao descumprimento do item 9.4. "b" ao apresentar Plano de Comunicação sem encadernamento em espiral, a subcomissão esclarece que observou no momento da avaliação e **realizou desconto de nota conforme justificativas apresentadas**. Mais uma vez frisamos que buscamos relevar formalismos que não afetem a lisura do certame. É sabido que a lei 12.232/2010 busca a não identificação das proponentes antes da divulgação do resultado, para tanto não permite a aposição de qualquer marca, sinal ou palavra que identifique a licitante. Assim, não consta na via não identificada da empresa META PROPAGANDA LTDA qualquer item que possibilite sua identificação. A falta do espiral não possibilita sua identificação direta e só seria possível com a cumplicidade entre empresa e subcomissão, o que por sua vez de modo algum ocorreu.

Outrossim, pela própria análise do somatório das notas atribuídas à licitante META PROPAGANDA LTDA pode-se verificar que a mesma ficou previamente (antes dos recursos) classificada em 3º lugar, o que demonstra a ampla imparcialidade dos membros da subcomissão técnica, pois, se o objetivo fosse beneficiar a empresa em comento, certamente que a mesma figuraria em melhor classificação.

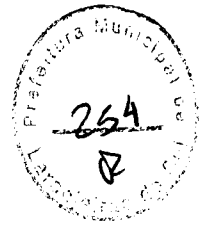
Tal procedimento de relevar pequenos erros atendeu ao princípio do formalismo moderado, que preconiza a verificação de cumprimento da exigência editalícia sem apego inconsequente à forma e à formalidade, ou seja, sem permitir a prevalência do formalismo extremo sobre o conteúdo, de modo a frustrar outro princípio valioso nas licitações públicas: o da competitividade.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



vinculação ao instrumento convocatório, mas o entendimento de que o edital objetiva assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

Em relação à BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA:

Com relação ao descumprimento do item 9.4. “b” ao apresentar Plano de Comunicação sem encadernamento em espiral, a subcomissão esclarece que observou **no momento da avaliação e realizou desconto de nota conforme justificativas apresentadas**. Mais uma vez frisamos que buscamos relevar formalismos que não afetem a lisura do certame. É sabido que a lei 12.232/2010 busca a não identificação das proponentes antes da divulgação do resultado, para tanto não permite a aposição de qualquer marca, sinal ou palavra que identifique a licitante. Assim, não consta na via não identificada da empresa BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA qualquer item que possibilite sua identificação. A falta do espiral não possibilita sua identificação direta e só seria possível com a cumplicidade entre empresa e subcomissão, o que por sua vez de modo algum ocorreu.

Outrossim, pela própria análise do somatório das notas atribuídas à licitante BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA pode-se verificar que a mesma ficou previamente (antes dos recursos) classificada em 4º lugar, o que demonstra a ampla imparcialidade dos membros da subcomissão técnica, pois, se o objetivo fosse beneficiar a empresa em comento, certamente que a mesma figuraria em melhor classificação.

A subcomissão técnica, na análise dos documentos solicitados no item 10.1.1. ateu-se aos critérios passíveis de pontuação. Por certo que a exigência dos documentos em cópias autenticadas contribui para a veracidade das informações, porém, em nenhum momento do recurso interposto é questionado essa veracidade e sim a formalidade dos documentos. Desta forma, a subcomissão entende que a falta de autenticação não constitui motivo de desclassificação nem de desconto de nota, tendo em vista a proponente atender a todas as demais disposições.

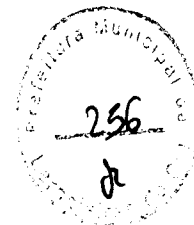
Com relação ao descumprimento do item 10.1.1. ao deixar de indicar profissional do setor “mídia”, como bem pontuado na contrarrazão apresentada, ocorreu uma falha na digitalização dos documentos, pulando-se da página 4 para a página 6. Compulsando a proposta técnica reitera-se que a mesma possui o profissional de “mídia”, conforme pode-se ver:



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

Em relação à DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA:

A subcomissão técnica entende, respeitosamente, não caber razão à recorrente no que concerne à alegação de que poderia haver identificação indireta ao elaborar textos com espaçamento de 1,5, em descumprimento ao item 9.4.5. É sabido que a lei 12.232/2010 busca a não identificação das proponentes antes da divulgação do resultado, para tanto não permite a aposição de qualquer marca, sinal ou palavra que identifique a licitante. Assim, não consta na via não identificada da empresa DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA qualquer item que possibilite sua identificação. A elaboração dos textos da estratégia de mídia e não mídia com espaçamento de 1,5 por si só não permite qualquer identificação da licitante.

Com relação ao Roteiro de TV ao invés de spot de rádio, a subcomissão entende que a empresa apresentou os dois, entretanto, apenas o spot para rádio foi considerado.

Portanto, não cabe desclassificação ou revisão de nota.

Em relação à OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA:

A subcomissão técnica entende, respeitosamente, não caber razão à recorrente no que concerne à alegação de inconsistência entre os setores de atuação e a função efetivamente exercida e comprovada do profissional, razão pela qual ratifica as notas e justificativas apresentadas.

Em relação à HEY PROPAGANDA LTDA – EPP:

A subcomissão técnica ratifica as notas e justificativas apresentadas, tendo em vista que, conforme solicitado no item 9.4.1. o raciocínio básico é apresentado em no máximo duas laudas. Ao elaborar o texto com 28 linhas por lauda a única prejudicada foi a empresa HEY PROPAGANDA LTDA – EPP que teve menos espaço para discorrer.

V – ANÁLISE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

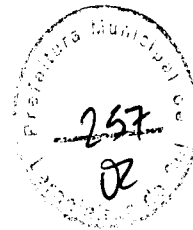
Ressalta-se que a análise da comissão de licitação é apenas dos aspectos



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



acompanha-se a posição da subcomissão técnica ao julgar como excesso de formalismo. Com relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, a mesma apresentou nos documentos de credenciamento o seu contrato social autenticado, nele contendo dois profissionais relacionados na capacidade de atendimento, o que pode ser verificado ao compulsar o processo.

É vasta a doutrina e jurisprudência, inclusive dos tribunais, que condenam a desclassificação de proponentes por formalismos que não ferem a isonomia no certame. No caso em tela, o procedimento adotado pela subcomissão técnica não feriu a lisura do procedimento licitatório, pelo contrário, exaltou o princípio da competitividade no certame ao não alijar do mesmo empresas qualificadas conforme se viu pelas notas atribuídas.

A subcomissão técnica também julgou como excesso de formalismo o descumprimento do item 9.4. "b" ao apresentar Plano de Comunicação sem encadernamento em espiral pelas empresas META PROPAGANDA LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, descontando-se nota das proponentes. De acordo com a subcomissão, não há nas propostas destas empresas qualquer marca ou sinal, mesmo que mínimo, capaz de possibilitar sua identificação direta, razão pela qual, excluir estas empresas do certame seria levar a norma a limites extremos, contrário aos princípios da administração pública. Do mesmo modo ocorreu com a empresa DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA, ao elaborar seus textos em espaçamento 1,5, em desacordo com o item 9.4.5.

Ou seja, a subcomissão técnica, interpretou as formalidades, acertadamente, com foco na ampliação da competição. Nesse sentido, segundo o advogado e professor de Direito Jorge Ulisses Jacoby Fernandes, salienta-se que, quando há situações nesse sentido, o TCU costuma orientar os gestores a interpretar o edital sob a perspectiva da **proporcionalidade e da razoabilidade**, a fim de possibilitar o maior número possível de concorrentes:

A licitação pública destina-se, conforme dispõe o art. 3º da Lei nº 8.666/1993, a garantir que a proposta mais vantajosa seja selecionada pela Administração. Essa seleção deve ser julgada em conformidade com o princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Durante a seleção, a comissão de licitação deverá ter cautela para não infringir os princípios licitatórios.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



No curso de procedimentos licitatórios, a **ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DEVE PAUTAR-SE PELO PRINCÍPIO DO FORMALISMO MODERADO, QUE PRESCREVE A ADOÇÃO DE FORMAS SIMPLES E SUFICIENTES** para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados.
Grifo

Ainda seguindo o mesmo raciocínio, o Acórdão 2302/2012-Plenário do TCU nos diz:

RIGOR FORMAL NO EXAME DAS PROPOSTAS DOS LICITANTES NÃO PODE SER EXAGERADO OU ABSOLUTO, SOB PENA DE DESCLASSIFICAÇÃO DE PROPOSTAS MAIS VANTAJOSAS, devendo as simples omissões ou irregularidades na documentação ou na proposta, desde que irrelevantes e não causem prejuízos à Administração ou aos concorrentes, serem sanadas mediante diligências.

O próprio Tribunal de Contas do Estado do Paraná já se manifestou no sentido contrário ao município de que adotou excesso de formalismo em processo licitatório:

Ademais, **A FORMA DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO NÃO DEVE PREVALECER SOBRE SUA FINALIDADE, QUAL SEJA, A OBTENÇÃO DA MELHOR PROPOSTA PARA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**, mediante ampla participação de interessados, finalidade esta que restou desprestigiada pelo rigorismo formal empregado ao caso. Portanto, por qualquer ângulo que se analise o caso, não há como conceber crível a exclusão de proponente com proposta mais vantajosa apenas em razão dos fatos já narrados. Acórdão nº 4524/17 - Tribunal Pleno - Destaque

Assim, a utilização do formalismo moderado não significa desmerecimento ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório ou negativa de vigência do caput do art. 41 da lei 8.666/93 que dispõe sobre a impossibilidade de a



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



Procedimento formal, entretanto, não se confunde com 'formalismo', que se caracteriza por exigências inúteis e desnecessárias. **POR ISSO MESMO, NÃO SE ANULA O PROCEDIMENTO DIANTE DE MERAS OMISSÕES OU IRREGULARIDADES FORMAIS NA DOCUMENTAÇÃO OU NAS PROPOSTAS**, desde que, por sua irrelevância, não causem prejuízo à Administração ou aos licitantes. A regra é a dominante nos processos judiciais: não se decreta a nulidade onde não houver dano para qualquer das partes. Destaque

Ou seja, não se quer macular o princípio de vinculação ao instrumento convocatório, mais sim interpretar a norma à essência de outros princípios tão importantes quanto. Para Niebuhr, 2015. P. 56 "os princípios jurídicos são o fundamento, a base, sobre a qual se constrói o ordenamento jurídico, fato que provoca que os atos administrativos estejam de acordo aos princípios que inspiraram a legislação, pois, **atuar em desacordo aos princípios é o mesmo que atuar em desacordo à legislação**, dado que aqueles são o ponto de partida desta. Grifo

O Superior Tribunal de Justiça já exarou manifestação também no sentido de desconsiderar formalismos exacerbados:

As regras do procedimento licitatório devem ser interpretadas de modo que, sem causar qualquer prejuízo à administração e aos interessados no certame, possibilitem a participação do maior número de concorrentes, a fim de que seja possibilitado se encontrar, entre várias propostas, a mais vantajosa. STJ – RESP nº 512.179-PR, rel. Min. Franciulli Netto

Com relação à autenticidade dos documentos há, entre outros diversos no mesmo sentido, os seguintes precedentes:

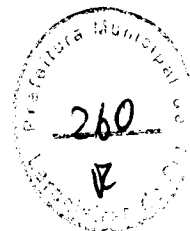
"MANDADO DE SEGURANÇA Licitação Documentos necessários à habilitação apresentados em cópia simples Admissibilidade Autenticidade dos documentos não impugnada Rigor excessivo e contrário ao interesse público a exigência de documentos no original ou em cópia autenticada Sentença mantida Recurso desprovido." (TJ-SP - APL: 38866920098260526 SP 0003886-



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



simples descumprimento gerar a inabilitação no processo licitatório, sendo mera irregularidade. O procedimento licitatório dever possibilitar a participação do maior número possível de interessados, de forma a satisfazer o interesse da coletividade, sendo inoportuno que o excesso de formalismo prejudique a competitividade do certame. **AGRAVO DE INSTRUMENTO PROVIDO.**" (TJRS – Agravo de Instrumento Nº 70048200125, Primeira Câmara Cível, Relator: Jorge Maraschin dos Santos, Julgado em 05/09/2012) Destaque

"MANDADO DE SEGURANÇA. DIREITO ADMINISTRATIVO. LICITAÇÕES. A ausência de autenticação de fotocópias não é causa à inabilitação de concorrente, cabendo aos demais a prova de que não retrata ela o texto original **DECISÃO:** negaram provimento ao apelo e confirmaram a sentença em reexame." (Apelação Cível Nº 598541902, Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Roque Joaquim Volkweiss, Julgado em 10/10/2001)

"A EXIGÊNCIA DE AUTENTICAÇÃO SOMENTE PODE PREVALECER PARA DETERMINAR A INABILITAÇÃO QUANDO HOVER SUSPEITA DE FALSIDADE, a qual afetaria o conteúdo e a lisura das fotocópias. No processo licitatório busca-se a melhor proposta para atender o interesse público. Em consequência, não pode mera irregularidade, que não traga qualquer prejuízo, dar causa à exclusão de concorrentes no certame." (Apelação Cível Nº 598541902, Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS)

"... É EXTREMAMENTE FORMALISTA A DECISÃO QUE, EM TOMADA DE PREÇOS, INABILITA LICITANTE POR AUSÊNCIA DE AUTENTICAÇÃO em uma das folhas dos inúmeros documentos apresentados, sobretudo porque dissociada dos princípios da proporcionalidade (razoabilidade) e da competitividade, já que não houve sequer suspeita de falsidade ou fraude do documento." (AC em MS n. 2005.042346-1, rel. Des. Substituto Jaime Ramos, j. 16.5.06)

[...]

"Por outro lado, pondera-se que a exigência quanto à **AUTENTICAÇÃO DOS DOCUMENTOS CONSTITUI**



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



Ou seja, a mera falta de autenticação em documento não é suficiente para desclassificação de uma proponente de certame licitatório. Muito embora não haja qualquer impugnação quanto à suposta falsidade ou inverdade nos documentos não autenticados, entendo ser prudente validar os documentos apresentados através de diligência para que não haja qualquer dúvida à lisura do certame. Assim é o entendimento do TCU:

Não cabe a inabilitação de licitante em razão de ausência de informações que possam ser supridas **por meio de diligência**, facultada pelo art. 43, § 3º, da Lei 8.666/93, desde que não resulte inserção de documento novo ou afronta à isonomia entre os participantes. (Acórdão 2873/2014 – Plenário)

Da mesma forma, já entendeu esta 22ª Câmara, na Apelação Reexame Necessário nº 70012083838, julgado datado de 28/07/2005 e ementado da seguinte forma:

ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. HABILITAÇÃO. CAPACITAÇÃO TÉCNICA. DOCUMENTO NOVO. NULIDADE DO CERTAME. INOCORRÊNCIA. 1. A realização de diligências pela Comissão de Licitação para esclarecimento de documentos constantes nas propostas de habilitação não viola o artigo 43, §3º, da Lei 8.666/93. Precedente do STJ. Hipótese em que a Comissão de Licitação requereu complementação de informações em atestado de capacitação técnica para a realização do serviço objeto da licitação. 2. A licitação consiste em processo administrativo que visa à escolha do futuro contratante que apresente a melhor proposta. Não se constitui em corrida de obstáculos cujo vencedor é o participante mais veloz. Acima do interesse privado dos participantes em vencer o certame sobrepairá o interesse público a ser perseguido pela Administração Pública. Daí que há de ser assegurado tanto quanto possível a maior competitividade do certame. Neste quadro, a exclusão de licitante sob alegada irregularidade formal é medida que põe o interesse privado dos demais licitantes acima do interesse público.

Deste modo, tendo em vista...



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



exercidas) das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, META PROPAGANDA LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Em atendimento ao § 4º do art. 109 da Lei 8.666/1993, encaminhe-se ao Excelentíssimo Prefeito Municipal para os devidos fins.

VI - DAS RAZÕES (RECURSO) APRESENTADAS PELAS EMPRESAS CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA E BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA NO INSTRUMENTO DA CONTRARRAZÃO

A empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA apresentaram fatos novos em suas contrarrazões contra a empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.. Entretanto, as contrarrazões não são o instrumento hábil para isso, servindo apenas para impugnar recurso previamente interposto. A empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA sequer enviou recurso.

Deste modo, as empresas tiveram a oportunidade de apresentar recurso contra a empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA e não o fizeram, precluindo-se o direito. Portanto, não se conhece das razões recursais apresentadas pelas empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA contra a empresa NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA fora do instrumento recursal adequado.

Plácido Damiani Neto
PLACIDO DAMIANI NETO
Subcomissão Técnica

Diana Pretto
DIANA PRETTO
Subcomissão Técnica

Roberty Ary Rohsler
ROBERTY ARY ROHSLER
Subcomissão Técnica

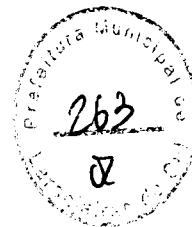
[Signature]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



RESPOSTA AO RECURSO CONCORRÊNCIA N° 006/2018-PMLS

Laranjeiras do Sul-PR, 05 de novembro de 2018.

Objeto: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.

RECORRENTE: **BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**

I. DA ADMISSIBILIDADE DO RECURSO APRESENTADO

Com relação à admissibilidade, o Art. 109 da Lei Federal 8.666/1993 aduz que:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante.

Assim, o Recurso Administrativo da empresa **BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, merece ser conhecido, porquanto, protocolizado dentro do prazo legal (tempestivo), a parte legítima e o instrumento manejado é adequado ao fim que se propõe.

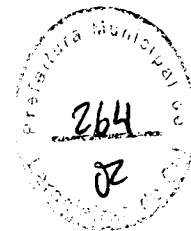
Decorrido o prazo para apresentação de recursos foi aberto prazo para apresentação de contrarrazões, conforme Art. 109, § 3º da Lei Federal 8.666/1993. Apresentaram contrarrazões ao recurso da empresa **NTV IMAGEM E PROPAGANDA**.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



II. DAS RAZÕES DO RECURSO DA EMPRESA BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

Em apertada síntese a recorrente aduz que:

Em relação à META PROPAGANDA LTDA:

- 1) Descumprimento do Item 10.1.1. quando não apresentados os documentos em cópias autenticadas;
- 2) Deixou de inserir as comprovações de vínculo dos funcionários Paulo Roberto de Brito, Rosangela Cardoso de Sá Santos, Francisco Carlos Maravieski e Rebeca Lima dos Santos Purtugues.
- 3) Não atendimento ao Briefing;
- 4) Ausência de inserção dos custos de produção de fotografia em peças utilizadas na campanha.

Em relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA:

- 1) Descumprimento do Item 10.1.1. quando não apresentados os documentos em cópias autenticadas;
- 2) Não atendimento ao Briefing;
- 3) Pede a inabilitação.

Em relação à DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA:

- 1) Ausência de inserção dos custos de produção de fotografia em peças utilizadas na campanha.

Em relação à OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA:

- 1) Ausência de inserção dos custos de produção de fotografia em peças utilizadas na campanha.

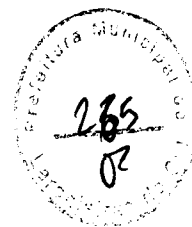
III - DAS CONTRARRAZÕES



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



- 1) As alegações não merecem prosperar haja vista a obrigatoriedade de autenticação apenas dos documentos de habilitação;
- 2) Que já declarou expressamente “serem autênticos os documentos apresentados”.
- 3) Que a Lei Federal 13.726/2018 dispensa a exigência de autenticação de cópia de documento;
- 4) Cita jurisprudência no sentido de que na impugnação a documento por cópia há de ser fazer com a indicação do vício;
- 5) Impossibilidade de revisão das notas.

IV – DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Antes de passar à análise do recurso, cabe ressaltar que o julgamento da Subcomissão Técnica seguiu todos os trâmites da Lei 12.232/2010 e do instrumento convocatório, atendo-se à experiência dos membros da subcomissão.

Em relação à META PROPAGANDA LTDA;

A subcomissão técnica, na análise dos documentos solicitados no item 10.1.1. ateuve-se aos critérios passíveis de pontuação.

Por certo que a exigência dos documentos em cópias autenticadas contribui para a veracidade das informações, porém, em nenhum momento do recurso interposto é questionado essa veracidade e sim a formalidade dos documentos. Desta forma, a subcomissão entende que a falta de autenticação não constitui motivo de desclassificação nem de desconto de nota, tendo em vista a proponente atender a todas as demais disposições.

Tal procedimento atendeu ao princípio do formalismo moderado, que preconiza a verificação de cumprimento da exigência editalícia sem apego inconsequente à forma e à formalidade, ou seja, sem permitir a prevalência do formalismo extremo sobre o conteúdo, de modo a frustrar outro princípio valioso nas licitações públicas: o da competitividade.

A presente subcomissão não tem por objetivo descumprir normas...



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136



assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

Quanto à falta de comprovações de vínculo dos funcionários Paulo Roberto de Brito, Rosangela Cardoso de Sá Santos, Francisco Carlos Maravieski e Rebeca Lima dos Santos Portugues, a subcomissão técnica compulsando a proposta técnica verificou que realmente não constam as comprovações dos profissionais. O item 10.1.1. do edital exige que seja apresentado:

Currículo resumido máximo de 5 linhas, com a qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição do CONTRATANTE, pelo menos um de cada setor: direção de arte, redação, arte finalista, mídia, produção e atendimento, podendo ser acumuladas funções, comprovando as funções exercidas do vínculo empregatício (quer seja por registro em carteira de trabalho ou contrato de trabalho) com a empresa participante do certame licitatório, ou contrato de terceirização com empresa que disponha de tais profissionais (devendo neste caso apresentar o contrato e a qualificação dos profissionais com vínculo com a empresa terceirizada) ou ainda por composição do quadro social da licitante, em cópias autenticadas;

Ou seja, é exigida uma equipe que contemple **no mínimo** as áreas de direção de arte, redação, arte finalista, mídia, produção e atendimento. Por óbvio que se a equipe da empresa for maior, maior será sua nota, pois a quantificação de profissionais é quesito avaliativo. Porém, ao apresentar mais funcionários a proponente deveria apresentar sua comprovação de vínculo empregatício. Deste modo, é imperativo que subcomissão técnica reveja sua nota, considerando apenas os funcionários com vínculo empregatício comprovado. Há de se perceber que aqui não se trata de mero formalismo em documento apresentado e sim de falta de apresentação de documentos.

Deste modo, as notas da empresa META PROPAGANDA LTDA passam a ser no quesito 10.3.2.1.: **Avaliador 1: 8. Avaliador 2: 8. Avaliador 3: 9.** Os avaliadores incorreram em equívoco na análise deste quesito, o que não caracteriza avaliação subjetiva.

Quanto à alegação da recorrente de que a licitante META PROPAGANDA LTDA não atendeu ao briefing, a subcomissão técnica entende não assistir razão à recorrente, não apresentando qualquer evidência que desabone as notas atribuídas ou fato novo que mereça revisão.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



Sendo assim, com as notas corrigidas, a pontuação da empresa META PROPAGANDA LTDA passa a ser:

META PROPAGANDA LTDA - Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8	8	8
9.4.2	4	4	4
9.4.3	14	14	14
9.4.5	4	4	4
TOTAL	30	30	30
MÉDIA ARITMÉTICA = 30,00			

*Notas que sofreram alterações

META PROPAGANDA LTDA - Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	8*	8*	9*
10.3.2.2	4,5	5	5
10.3.2.3	14	14,5	14
10.3.2.4	4	5	4
TOTAL	30,5	32,5	32
MÉDIA ARITMÉTICA = 31,66			

*Notas que sofreram alterações

PONTUAÇÃO FINAL			
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
META PROPAGANDA LTDA	30,00	31,66	61,66

Em relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA:

A subcomissão técnica, na análise dos documentos solicitados no item 10.1.1. ateuve-se aos critérios passíveis de pontuação.

Por certo que a exigência dos documentos em cópias autenticadas contribui para a veracidade das informações, porém, em nenhum momento do recurso interposto é questionado essa veracidade e sim a formalidade dos documentos. Desta forma, a subcomissão entende que a falta de autenticação não constitui motivo de desclassificação nem de desconto de nota, tendo em vista a proponente atender a todas as demais disposições.

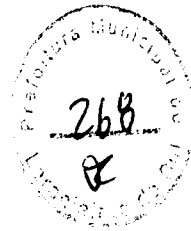
Tal procedimento atendeu ao princípio do formalismo moderado, que preconiza a verificação de cumprimento da exigência editalícia sem apego inconsequente à forma e à formalidade.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



formalismo excessivo sobreponha à finalidade do certame, sempre observados os princípios da legalidade e impessoalidade dos atos praticados. Assim, entendemos que a presente manifestação não pode ser interpretada como inobservância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, mas o entendimento de que o edital objetiva assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

Quanto à alegação da recorrente de que a licitante CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA não atendeu ao briefing, a subcomissão técnica entende não assistir razão à recorrente, não apresentando qualquer evidência que desabone as notas atribuídas.

Portanto, feita a análise documental, a subcomissão técnica entende não assistir nas alegações da recorrente apontamentos objetivos capazes de alterar a percepção geral dos avaliadores na pontuação atribuída a empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, e nem de, no nível individual, motivar a revisão dos notas por motivo de erro material de algum dos avaliadores.

Em relação à DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA:

Quanto à alegação de ausência de inserção dos custos de produção de fotografia em peças utilizadas na campanha, a subcomissão técnica entende não assistir razão à recorrente, tampouco traz apontamentos objetivos ou fatos novos capazes de alterar a percepção geral dos avaliadores nas notas atribuídas.

Portanto, feita a análise documental, a subcomissão técnica entende não assistir nas alegações da recorrente apontamentos objetivos capazes de alterar a percepção geral dos avaliadores na pontuação atribuída a empresa DOPPS+LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, e nem de, no nível individual, motivar a revisão dos notas por motivo de erro material de algum dos avaliadores.

Em relação à OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA:

Quanto à alegação de ausência de inserção dos custos de produção de fotografia em peças utilizadas na campanha, a subcomissão técnica entende não assistir razão à recorrente, tampouco traz apontamentos objetivos ou fatos novos capazes de alterar a percepção geral dos avaliadores nas notas atribuídas.

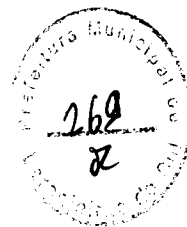
Portanto, feita a análise documental, a subcomissão técnica entende não assistir nas alegações da recorrente apontamentos objetivos capazes de alterar a percepção geral dos avaliadores nas notas atribuídas.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



V – ANÁLISE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Ressalta-se que a análise da comissão de licitação é apenas dos aspectos formais e não tem qualquer influência na avaliação técnica.

Quanto às alegações de falta de autenticação nos documentos elencados no item 10.1.1. das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e META PROPAGANDA LTDA, acompanha-se a posição da subcomissão técnica ao julgar como excesso de formalismo. Com relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, a mesma apresentou nos documentos de credenciamento o seu contrato social autenticado, nele contendo dois profissionais relacionados na capacidade de atendimento, o que pode ser verificado ao compulsar o processo.

É vasta a doutrina e jurisprudência, inclusive dos tribunais, que condenam a desclassificação de proponentes por formalismos que não ferem a isonomia no certame. No caso em tela, o procedimento adotado pela subcomissão técnica não feriu a lisura do procedimento licitatório, pelo contrário, exaltou o princípio da competitividade no certame ao não alijar do mesmo empresas qualificadas conforme se viu pelas notas atribuídas.

Ou seja, a subcomissão técnica, interpretou as formalidades, acertadamente, com foco na ampliação da competição. Nesse sentido, segundo o advogado e professor de Direito Jorge Ulisses Jacoby Fernandes, salienta-se que, quando há situações nesse sentido, o TCU costuma orientar os gestores a interpretar o edital sob a perspectiva da **proporcionalidade e da razoabilidade**, a fim de possibilitar o maior número possível de concorrentes:

A licitação pública destina-se, conforme dispõe o art. 3º da Lei nº 8.666/1993, a garantir que a proposta mais vantajosa seja selecionada pela Administração. Essa seleção deve ser julgada em conformidade com o princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Durante a seleção, a comissão de licitação deverá ter cautela para não infringir os princípios licitatórios”.

No Acórdão nº 342/2017 – 1ª Câmara, o Tribunal de Contas da União – TCU fez um alerta a respeito da necessidade de ocorrer flexibilização nas regras de editais de licitação. No mesmo sentido, através do Acórdão 357/2015-Plenário explicou:



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



SUFICIENTES para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados.
Grifo

Ainda seguindo o mesmo raciocínio, o Acórdão 2302/2012-Plenário do TCU nos diz:

RIGOR FORMAL NO EXAME DAS PROPOSTAS DOS LICITANTES NÃO PODE SER EXAGERADO OU ABSOLUTO, SOB PENA DE DESCLASSIFICAÇÃO DE PROPOSTAS MAIS VANTAJOSAS, devendo as simples omissões ou irregularidades na documentação ou na proposta, desde que irrelevantes e não causem prejuízos à Administração ou aos concorrentes, serem sanadas mediante diligências.

O próprio Tribunal de Contas do Estado do Paraná já se manifestou no sentido contrário ao município de que adotou excesso de formalismo em processo licitatório:

Ademais, **A FORMA DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO NÃO DEVE PREVALECER SOBRE SUA FINALIDADE, QUAL SEJA, A OBTENÇÃO DA MELHOR PROPOSTA PARA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**, mediante ampla participação de interessados, finalidade esta que restou desprestigiada pelo rigorismo formal empregado ao caso. Portanto, por qualquer ângulo que se analise o caso, não há como conceber crível a exclusão de proponente com proposta mais vantajosa apenas em razão dos fatos já narrados. Acórdão nº 4524/17 - Tribunal Pleno - Destaque

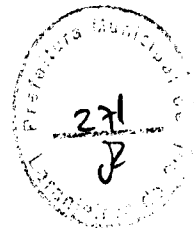
Assim, a utilização do formalismo moderado não significa desmerecimento ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório ou negativa de vigência do caput do art. 41 da lei 8.666/93 que dispõe sobre a impossibilidade de a Administração descumprir as normas e condições do edital. Trata-se de solução a ser tomada pelo intérprete a partir de um conflito de princípios, o que foi realizado. Segundo o ensinamento de Hely Lopes Meirelles, Direito Administrativo Brasileiro, p. 261-262, 27ª ed., São Paulo, Malheiros, 2002:



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



não causem prejuízo à Administração ou aos licitantes. A regra é a dominante nos processos judiciais: não se decreta a nulidade onde não houver dano para qualquer das partes. Destaque

Ou seja, não se quer macular o princípio de vinculação ao instrumento convocatório, mais sim interpretar a norma à essência de outros princípios tão importantes quanto. Para Niebuhr, 2015. P. 56 “os princípios jurídicos são o fundamento, a base, sobre a qual se constrói o ordenamento jurídico, fato que provoca que os atos administrativos estejam de acordo aos princípios que inspiraram a legislação, pois, **atuar em desacordo aos princípios é o mesmo que atuar em desacordo à legislação**, dado que aqueles são o ponto de partida desta. Grifo

O Superior Tribunal de Justiça já exarou manifestação também no sentido de desconsiderar formalismos exacerbados:

As regras do procedimento licitatório devem ser interpretadas de modo que, sem causar qualquer prejuízo à administração e aos interessados no certame, possibilitem a participação do maior número de concorrentes, a fim de que seja possibilitado se encontrar, entre várias propostas, a mais vantajosa. STJ – RESP nº 512.179-PR, rel. Min. Franciulli Netto

Com relação à autenticidade dos documentos há, entre outros diversos no mesmo sentido, os seguintes precedentes:

“MANDADO DE SEGURANÇA Licitação Documentos necessários à habilitação apresentados em cópia simples Admissibilidade Autenticidade dos documentos não impugnada Rigor excessivo e contrário ao interesse público a exigência de documentos no original ou em cópia autenticada Sentença mantida Recurso desprovido.” (TJ-SP - APL: 38866920098260526 SP 0003886-69.2009.8.26.0526, Relator: J. M. Ribeiro de Paula, Data de Julgamento: 22/08/2012, 12ª Câmara de Direito Público, Data de Publicação: 31/08/2012)

“POR OUTRO LADO, PONDERA-SE QUE A EXIGÊNCIA QUANTO À AUTENTICAÇÃO DOS DOCUMENTOS CONSTITUIU MERA FORMALIDADE...”



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



AGRAVO DE INSTRUMENTO PROVIDO." (TJRS - Agravo de Instrumento N° 70048200125, Primeira Câmara Cível, Relator: Jorge Maraschin dos Santos, Julgado em 05/09/2012) Destaque

"MANDADO DE SEGURANÇA. DIREITO ADMINISTRATIVO. LICITAÇÕES. A ausência de autenticação de fotocópias não é causa à inabilitação de concorrente, cabendo aos demais a prova de que não retrata ela o texto original DECISÃO: negaram provimento ao apelo e confirmaram a sentença em reexame." (Apelação Cível N° 598541902, Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Roque Joaquim Volkweiss, Julgado em 10/10/2001)

"A EXIGÊNCIA DE AUTENTICAÇÃO SOMENTE PODE PREVALECER PARA DETERMINAR A INABILITAÇÃO QUANDO HOVER SUSPEITA DE FALSIDADE, a qual afetaria o conteúdo e a lisura das fotocópias. No processo licitatório busca-se a melhor proposta para atender o interesse público. Em consequência, não pode mera irregularidade, que não traga qualquer prejuízo, dar causa à exclusão de concorrentes no certame." (Apelação Cível N° 598541902, Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS)

"... É EXTREMAMENTE FORMALISTA A DECISÃO QUE, EM TOMADA DE PREÇOS, INABILITA LICITANTE POR AUSÊNCIA DE AUTENTICAÇÃO em uma das folhas dos inúmeros documentos apresentados, sobretudo porque dissociada dos princípios da proporcionalidade (razoabilidade) e da competitividade, já que não houve sequer suspeita de falsidade ou fraude do documento." (AC em MS n. 2005.042346-1, rel. Des. Substituto Jaime Ramos, j. 16.5.06)

[...]

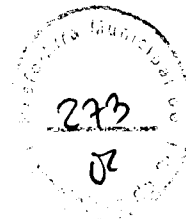
"Por outro lado, pondera-se que a exigência quanto à **AUTENTICAÇÃO DOS DOCUMENTOS CONSTITUIU MERA FORMALIDADE,** não podendo seu simples descumprimento gerar a inabilitação no processo licitatório, sendo mera irregularidade. O procedimento licitatório dever possibilitar a participação do maior número possível de interessados, de forma a satisfazer o interesse da coletividade, sendo inoportuno que o excesso de formalismo prejudique a competitividade do certame - Grifo



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



diligência para que não haja qualquer dúvida à lisura do certame. Assim é o entendimento do TCU:

Não cabe a inabilitação de licitante em razão de ausência de informações que possam ser supridas por meio de diligência, facultada pelo art. 43, § 3º, da Lei 8.666/93, desde que não resulte inserção de documento novo ou afronta à isonomia entre os participantes. (Acórdão 2873/2014 - Plenário)

Da mesma forma, já entendeu esta 22ª Câmara, na Apelação Reexame Necessário nº 70012083838, julgado datado de 28/07/2005 e ementado da seguinte forma:

ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. HABILITAÇÃO. CAPACITAÇÃO TÉCNICA. DOCUMENTO NOVO. NULIDADE DO CERTAME. INOCORRÊNCIA. 1. A realização de diligências pela Comissão de Licitação para esclarecimento de documentos constantes nas propostas de habilitação não viola o artigo 43, §3º, da Lei 8.666/93. Precedente do STJ. Hipótese em que a Comissão de Licitação requereu complementação de informações em atestado de capacitação técnica para a realização do serviço objeto da licitação. 2. A licitação consiste em processo administrativo que visa à escolha do futuro contratante que apresente a melhor proposta. Não se constitui em corrida de obstáculos cujo vencedor é o participante mais veloz. Acima do interesse privado dos participantes em vencer o certame sobrepõe o interesse público a ser perseguido pela Administração Pública. Daí que há de ser assegurado tanto quanto possível a maior competitividade do certame. Neste quadro, a exclusão de licitante sob alegada irregularidade formal é medida que põe o interesse privado dos demais licitantes acima do interesse público.

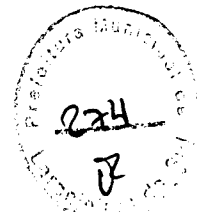
Deste modo, tendo em vista a manifestação da subcomissão técnica opinando pelo excesso de formalismo, e pela manifestação em relação aos critérios técnicos da proposta técnica procedendo-se à correção de notas, julga-se pelo acolhimento parcial do presente recurso, determinando-se a realização de diligência (convocação para apresentação dos documentos originais para cotejo) para confirmação da veracidade dos documentos mencionados.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



Em atendimento ao § 4º do art. 109 da Lei 8.666/1993, encaminhe-se ao
Excelentíssimo Prefeito Municipal para os devidos fins.

PLACIDO DAMIANI NETO

Subcomissão Técnica

DIANA PRETTO

Subcomissão Técnica

ROBERTY ARY ROHSLER

Subcomissão Técnica

GILSON FERREIRA CELLA

Presidente CPL

Mário A. Scarpati

Procurador Geral

CAB/PR 88.307



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



DECISÃO DE RECURSO

CONCORRÊNCIA N° 006/2018

1- Trata-se de Recurso Interposto pelas empresas NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA, BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI em razão da decisão proferida pela Subcomissão Técnica na Concorrência n° 006/2018, que tem por objeto a CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.

2- Após análise, ACOLHO INTEGRALMENTE os argumentos apresentados na Decisão da Subcomissão Técnica e Comissão Permanente de Licitação com aval da Procuradoria Geral, ratificando sua decisão.

Laranjeiras do Sul/PR, 05 de novembro de 2018.



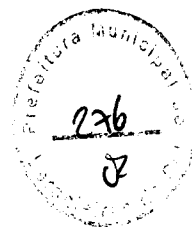
JONATAS FELISBERTO DA SILVA
Prefeito Municipal



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



CONCORRÊNCIA Nº 006/2018

RELATÓRIO DE RECURSOS, DECISÃO FINAL E INTIMAÇÃO

Objeto: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.

As empresas NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA, BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI apresentaram recursos tempestivamente contra o julgamento da Subcomissão Técnica.

As proponentes NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA, BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA apresentaram contrarrazões aos recursos apresentados.

Com base na análise dos recursos pela Subcomissão Técnica, Comissão Permanente de Licitações, Procuradoria Geral e Prefeito Municipal, os recursos foram julgados como:

DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI: Parcialmente procedente, acolhendo-se as alegações da recorrente apenas nos pontos em que as notas foram corrigidas pela subcomissão técnica onde constatou-se erro nas notas atribuídas, não acolhendo qualquer requerimento de revisão de nota por falta de mérito e fundamentação técnica. A nota da recorrente passa a ser:

DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	9	10	9
9.4.2	4	4	4
9.4.3	14	14	14
9.4.5	3,5*	2	4,5*
TOTAL	30,5	30	31,5

MÉDIA ARITMÉTICA = 30,66

* Notas que sofreram alteração



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



10.3.2.4	4	3	4
TOTAL	31	24	31
MÉDIA ARITMÉTICA = 28,66			

* Notas que sofreram alteração

PONTUAÇÃO FINAL				
		Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
DUDACOM	MARKETING	30,66	28,66	59,32
INTEGRADO LTDA				

NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA: Improcedente, determinando-se a realização de diligência (convocação para apresentação dos documentos originais para cotejo) para confirmação da veracidade dos documentos mencionados no item 10.1.1. (comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas) das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, META PROPAGANDA LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA: Parcialmente procedente, corrigindo-se a nota da empresa META PROPAGANDA LTDA que passa a ser:

META PROPAGANDA LTDA - Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8	8	8
9.4.2	4	4	4
9.4.3	14	14	14
9.4.5	4	4	4
TOTAL	30	30	30
MÉDIA ARITMÉTICA = 30,00			

*Notas que sofreram alterações

META PROPAGANDA LTDA - Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	8*	8*	9*
10.3.2.2	4,5	5	5
10.3.2.3	14	14,5	14
10.3.2.4	4	5	4
TOTAL	30,5	32,5	32
MÉDIA ARITMÉTICA = 31,66			

*Notas que sofreram alterações

PONTUAÇÃO FINAL			
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
META PROPAGANDA LTDA	30,00	31,66	61,66

Deste modo, após análise dos recursos e correção das notas...



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136




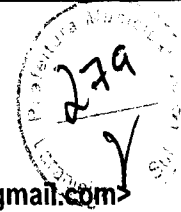
N. T. V. IMAGEM E	30,66	34,83	65,49	2º
PROPAGANDA LTDA - EPP				
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	29,33	33,66	62,99	3º
OLÉ PROPAGANDA PUBLICIDADE LTDA - EPP	28,00	34,66	62,66	4º
META PROPAGANDA LTDA	30,00	31,66	61,66	5º
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	27,00	33,13	60,13	6º
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	30,66	28,66	59,32	7º
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	27,66	27,66	55,32	8º
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	23,00	29,83	52,83	9º

INTIMAÇÃO

Por meio deste, intima-se as empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, META PROPAGANDA LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, para que apresentem no prazo de 05 (cinco) dias úteis os documentos de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1 do edital e que foram apresentados em cópia simples nos documentos do envelope nº 03 para que a Comissão de Licitação proceda a diligência verificando a veracidade dos mesmos, sendo vedado a apresentação de qualquer documento não constante do envelope nº 03. O descumprimento desse prazo ou a não apresentação dos documentos originais implicará na atribuição de nota zero ao quesito 10.3.2.1. (qualificação e quantificação dos profissionais). Prazo para apresentação dos documentos originais: até dia 12 de novembro de 2018 no Departamento de Licitações da Prefeitura de Laranjeiras do Sul.

Laranjeiras do Sul/PR, 05 de novembro de 2018.


Gilson Ferreira Cella
Presidente CPL
Decreto 005/2018



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

RESPOSTAS RECURSOS - CONCORRÊNCIA 006/2018

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

5 de novembro de 2018 17:52

Para: producao@doppslucom.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

Seguem as respostas dos Recursos apresentados, e por meio deste, intima-se as empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, META PROPAGANDA LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, para que apresentem no prazo de 05 (cinco) dias úteis os documentos de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1 do edital e que foram apresentados em cópia simples nos documentos do envelope nº 03 para que a Comissão de Licitação proceda a diligência verificando a veracidade dos mesmos, sendo vedado a apresentação de qualquer documento não constante do envelope nº 03. O descumprimento desse prazo ou a não apresentação dos documentos originais implicará na atribuição de nota zero ao quesito 10.3.2.1. (qualificação e quantificação dos profissionais). Prazo para apresentação dos documentos originais: até dia 12 de novembro de 2018 no Departamento de Licitações da Prefeitura de Laranjeiras do Sul.

Laranjeiras do Sul/PR, 05 de novembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
 Presidente CPL
 Decreto 005/2018

5 anexos

- DECISÃO RECURSO PREFEITO MUNICIPAL.pdf
36K
- RELATÓRIO, DECISÃO FINAL E INTIMAÇÃO.pdf
143K
- RESPOSTA RECURSO BLANCO.pdf
535K
- RESPOSTA RECURSO DUDACOM.pdf
481K
- RESPOSTA RECURSO NTV.pdf
654K

DUDACOM
 BLANCO
 HEY
 NTV
 DUDACOM
 META
 NTV
 BLANCO