



Município de Mercedes

Estado do Paraná

561

MUNICÍPIO DE MERCEDES – PR

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS.

RESULTADO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

CONCORRÊNCIA Nº 2/2023

Em cumprido ao disposto no art. 109, § 1º, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a Comissão Permanente de Licitações (Portaria n.º 591/2022), torna público o resultado relativo ao procedimento licitatório em epígrafe, conforme segue:

Classif.	Licitante	Pontuação
1ª	N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME, CNPJ nº 13.451.228/0001-40	90,3
2ª	Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI, CNPJ nº 72.491.186/0001-30	89,2
3ª	Potência Comunicação Digital Ltda, CNPJ nº 43.164.504/0001-50	84,8
4ª	Dudacom Marketing Integrado EIRELI, CNPJ nº 24.811.536/0001-55	84,4
5ª	Ramos & Pazini, CNPJ nº 10.598.778/0001-06	84,2
6ª	Lucas Serapio Ferreira, CNPJ nº 29.638.790/0001-17	80,1

Ficam os interessados intimados para, em querendo, apresentar recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar desta publicação.

Os autos do processo permanecem com vista franqueada aos interessados nas dependências do Departamento de Administração da Prefeitura do Município de Mercedes, em horário de expediente.

Mercedes – PR, 29 de agosto de 2023.
Comissão Permanente de Licitação (Portaria 591/2022).

- PUBLICADO -

DATA 29 / 08 / 23

DIÁRIO OFICIAL ELETRÔNICO

www.mercedes.pr.gov.br

EDIÇÃO: 3503



DIÁRIO OFICIAL

MUNICÍPIO DE MERCEDES

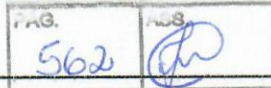
29 de agosto de 2023

ANO: XII

EDIÇÃO Nº: 3503

www.mercedes.pr.gov.br

ATOS DO PODER EXECUTIVO



MUNICÍPIO DE MERCEDES – PR
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS.
RESULTADO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
CONCORRÊNCIA Nº 2/2023

Em cumprido ao disposto no art. 109, § 1º, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a Comissão Permanente de Licitações (Portaria n.º 591/2022), torna público o resultado relativo ao procedimento licitatório em epígrafe, conforme segue:

Classif.	Licitante	Pontuação
1ª	N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME, CNPJ nº 13.451.228/0001-40	90,3
2ª	Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI, CNPJ nº 72.491.186/0001-30	89,2
3ª	Potência Comunicação Digital Ltda, CNPJ nº 43.164.504/0001-50	84,8
4ª	Dudacom Marketing Integrado EIRELI, CNPJ nº 24.811.536/0001-55	84,4
5ª	Ramos & Pazini, CNPJ nº 10.598.778/0001-06	84,2
6ª	Lucas Serapio Ferreira, CNPJ nº 29.638.790/0001-17	80,1

Ficam os interessados intimados para, em querendo, apresentar recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar desta publicação.

Os autos do processo permanecem com vista franqueada aos interessados nas dependências do Departamento de Administração da Prefeitura do Município de Mercedes, em horário de expediente.

Mercedes – PR, 29 de agosto de 2023.
Comissão Permanente de Licitação (Portaria 591/2022).

RESULTADO FINAL

MUNICÍPIO DE MERCEDES – PR
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
RESULTADO FINAL
TOMADA DE PREÇOS Nº 9/2023

Tendo cumprido ao disposto no art. 109, § 1º da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, torna público o resultado final da licitação em epígrafe, cuja classificação ficou assim constituída:

HABILITAÇÃO:

LICITANTE	SITUAÇÃO
Ápice Projetos e Consultoria & Cia Ltda., CNPJ nº 44.243.332/0001-72	Habilitada
C K Engenharia Ltda., CNPJ nº 39.757.119/0001-49	Inabilitada
N M Rebelo, CNPJ nº 19.128.521/0001-57	Habilitada
Positivo Construtora Ltda. ME, CNPJ nº 27.985.116/0001-83	Habilitada

PROPOSTA DE PREÇOS:

Classif.	Licitante	Valor Proposto
1ª	Ápice Projetos e Consultoria & Cia Ltda., CNPJ nº 44.243.332/0001-72	R\$ 148.921,05
2ª	N M Rebelo, CNPJ nº 19.128.521/0001-57	R\$ 153.572,76
desc	Positivo Construtora Ltda. ME, CNPJ nº 27.985.116/0001-83	R\$ 146.477,03



Diário Oficial Assinado Eletronicamente com Certificado Padrão ICP-Brasil e Protocolado com Carimbo de Tempo.

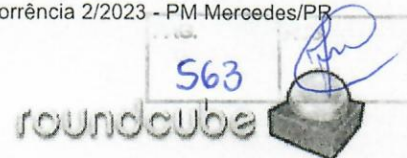
O Município de Mercedes da garantia da autenticidade deste documento, desde que visualizado através do site: www.mercedes.pr.gov.br

Assunto **Resultado apuração Propostas Técnicas - Concorrência 2/2023 - PM Mercedes/PR**

De <licitacao@mercedes.pr.gov.br>

Para grupo serapio <gruposerapio@gmail.com>, Nnagencia <nnagencia@hotmail.com>, Licitacao <licitacao@dudacom.net>, Adriel <adriel@potencia.art.br>, Promovepropaganda <promovepropaganda@gmail.com>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>

Data 29-08-2023 13:33



- 2 - Resultado apuração P.T..pdf(~328 KB)

Boa tarde.

Segue em anexo divulgação do resultado da apuração da pontuação atribuídas às Propostas Técnicas referentes a Concorrência 2/2023, em andamento no Município de Mercedes/PR.

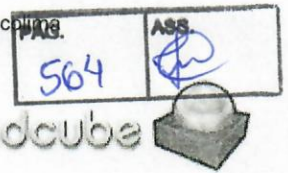
Todos os documentos referentes ao processo estão devidamente digitalizados e disponíveis no site do Município de Mercedes,

no endereço: <http://www.mercedes.pr.gov.br/licitacoes.php>

Amanhã (30/08) é o primeiro dia para apresentação de eventuais recursos. O prazo expira em 05/09/2023.

At.te

Depto. de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028



Assunto **Recurso Administrativo - CP 02/2023 - Blancolima**
De Alisson Ramos da Luz <alisson_rl@hotmail.com>
Para licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Cópia Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>
Data 04-09-2023 09:21

- Procuração Blancolima Mercedes (1).pdf(~101 KB)
- Recurso CP 022023 Mercedes_(1).pdf(~9,7 MB)

À Comissão Permanente de Licitação,

Bom dia,

Seguem anexos o recurso administrativo e a procuração relativos à Concorrência n° 02/2023, cujo objeto é a contratação de agência de propaganda para prestar serviços de publicidade.

Favor confirmar o recebimento.

Att.

Alisson Ramos da Luz
Advogado - OAB/PR 106440

PROCURAÇÃO

Outorgante

Blancolima Comunicação e Marketing Eireli, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 72.491.186/0001-30, com sede na cidade de Cascavel/PR, Rua Presidente Kennedy, nº 2802, bairro Coqueiral, CEP 85.807-080, representada por Elvis Cândido Lima, brasileiro, casado, empresário, RG nº 1.892.431 SSP/PR, CPF nº 394.149.149-0, residente na rua Presidente Kennedy, nº 2802, Cascavel/PR.

Outorgado

Alisson Ramos da Luz, brasileiro, casado, advogado inscrito na OAB/PR sob nº 106440, com endereço em Curitiba-PR, na Rua Mateus Leme, nº 3945/303/3, São Lourenço, CEP 82.200-000.

Poderes

Representar o outorgante perante o Município de Mercedes/PR e o Tribunal de Contas do Paraná, especialmente para propor “Recurso Administrativo” e “Representação da Lei nº 8.666/93” em relação ao processo licitatório Concorrência nº 02/2023, promovido pelo Município de Mercedes/PR, cujo objeto é a contratação de agência de propaganda para administrar e gerenciar os serviços de publicidade.

Cascavel, 04/09/2023

Elvis Cândido Lima

À Comissão Permanente de Licitação do Município de Mercedes/PR

Concorrência nº 02/2023

Blancolima Comunicação e Marketing Eireli, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 72.491.186/0001-30, com sede na cidade de Cascavel/PR, Rua Presidente Kennedy, nº 2802, bairro Coqueiral, CEP 85.807-080, por seu advogado (procuração anexa), vem respeitosamente perante Vossa Excelência, com amparo no art. 109, I, b, da Lei nº 8.666/93, c/c item 16.6 do edital da Concorrência nº 02/2023, interpor

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face de irregularidades ocorridas no julgamento das propostas técnicas no âmbito da Concorrência nº 02/2023, conforme passa a expor.

1. Breve Síntese

O Município de Mercedes/PR instaurou licitação na modalidade Concorrência, sob nº 02/2023, cujo objeto é a contratação de agência de propaganda para administrar e gerenciar os serviços de publicidade.

Como é sabido, o procedimento licitatório em tela, por tratar de contratação de agência de publicidade, deve seguir o regramento da Lei nº 12.232/2010, com julgamento de propostas por uma Subcomissão Técnica especialmente designada para esse fim.

No dia 29/08/23, às 8h30, ocorreu a segunda sessão pública para proceder à apuração do resultado do julgamento das propostas técnicas, cujo resultado foi o seguinte:

- 1º) N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME, com 90,3 pontos;
- 2º) Blancolima Comunicação e Marketing Ltda, com 89,2 pontos;
- 3º) Potência Comunicação Digital Ltda, com 84,8 pontos;
- 4º) Dudacom Marketing Integrado Eireli, com 84,4 pontos;
- 5º) Ramos & Pazini, com 84,2 pontos;
- 6º) Lucas Serapio Ferreira Ltda, com 80,1 pontos.

No entanto, as licitantes “N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME”, “Potência Comunicação Digital Ltda.” e “Lucas Serapio Ferreira” cometeram uma série de falhas e irregularidades que passaram despercebidas pela Subcomissão Técnica e **deveriam ter ocasionado a desclassificação das agências.**

2. Erros e irregularidades na proposta da agência N&N

Os erros da N&N são os apontados abaixo, que serão detalhados mais adiante:

1. Apresentou clientes atendidos por outras agências;
2. Identificou a autoria da proposta, por meio da relação fornecedor/cliente;
3. Raciocínio Básico inconsistente e incompleto;
4. Apresentou spot acima de 30”, conforme plano de mídia;
5. Apresentou página dupla de jornal, em desacordo com o plano de mídia;
6. Ultrapassou o valor limite estabelecido pelo briefing;
7. Peças de não mídia: sem quantidade e sem custo de distribuição;
8. Não incluiu o pagamento de imagens e cachês em seu plano de mídia;
9. Apresentou erro ortográfico em slogan de suas peças criativas;


2.1. Clientes atendidos por outras agências

No envelope nº 3 – Capacidade de Atendimento, a N&N apresentou dois clientes que, em verdade, não são atendidos por ela, o que caracteriza vício na proposta da licitante e possível prática fraudulenta.

O fato é gravíssimo, pois envolve apresentação de informação falsa que induziu em erro a Subcomissão Técnica, sendo que essa informação falsa sobre a comprovação da Capacidade de Atendimento equivale ao uso de atestado de capacidade técnica falso.

Vale dizer que o Tribunal de Contas da União reafirmou seu entendimento sobre o uso de atestado falso em licitações, fato que, por si, já configura a prática de fraude à licitação e tem como consequência a declaração de inidoneidade, conforme Acórdão nº 1106/18-Pleno, que é corroborado por decisões anteriores no sentido de que atestados com conteúdo falso caracterizam ilícito administrativo grave e ferem os princípios da moralidade, isonomia e competitividade (*acórdãos 27/13, 2988/13 e 2677/14 do Plenário TCU*).

A N&N apresentou como seus clientes atuais a Itaipu Binacional e a Prefeitura de Itaipulândia, o que não é verdade. Veja-se a proposta técnica com a informação falsa:



AV BRASIL, 910 - CENTRO
8592-000 - SANTA HELENA / PR

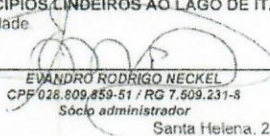
PROPOSTA TÉCNICA

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) **RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES** atendidos pela licitante no momento da licitação, com o respectivo período de atendimento dos mesmos.

- VISION ART PRODUÇÕES s/c LTDA
- VT de TV com respectivos *story boards* e edição
- ANO 2011 até a atualidade
- PREFEITURA DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU
- ANO 2013 até a atualidade
- PREFEITURA DE SANTA HELENA
- ANO 2014 até a atualidade.
- PREFEITURA DE MATELÂNDIA
- ANO 2014 até a atualidade.
- PREFEITURA DE ITAIPULÂNDIA
- ANO 2016 até a atualidade.
- PROMAR GESTORA DE EVENTOS, COMUNICAÇÃO E OBRAS LTDA
- ANO DE 2010 até a atualidade.
- ITAIPU BINACIONAL
- ANO DE 2015 até a atualidade.
- REDE DE COMUNICAÇÃO COSTA OESTE
- ANO DE 2016 até a atualidade.
- LAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL
- ANO DE 2015 até a atualidade.
- ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE MATELÂNDIA - ACIMA
- ANO DE 2016 até a atualidade.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE MERCEDES
- ANO DE 2018 até a atualidade.
- CONSELHO DOS MUNICÍPIOS CINDEIROS AO LAGO DE ITAIPU
- ANO DE 2022 até a atualidade

13.451.228/0001-40
N & N Agencia de Publicidade e Propaganda LTDA - ME

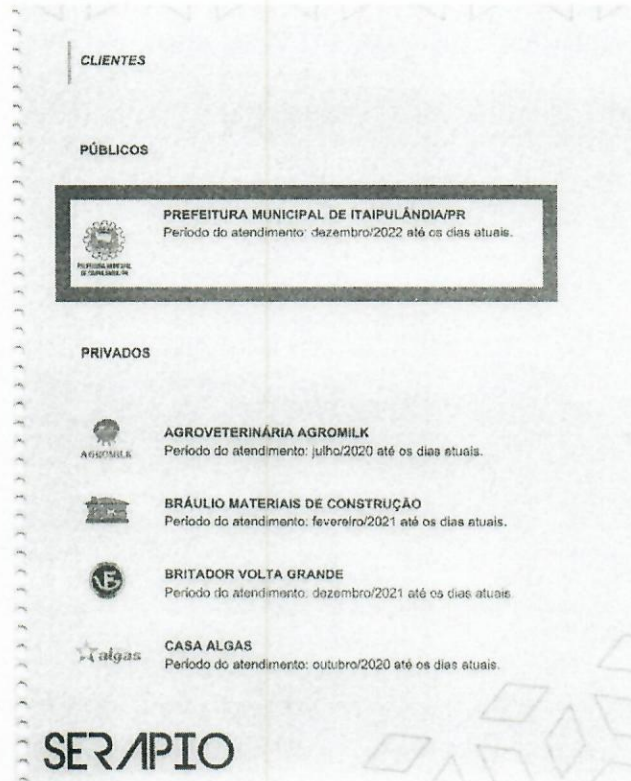

EVANDRO RODRIGO NECKEL
CPF 028.809.859-51 / RG 7.509.231-8
Sócio administrador
Santa Helena, 29 de Julho de 2023.

Av Brasil, 910 - Sala 01 - Centro
85 892-000 - Santa Helena - PR

1

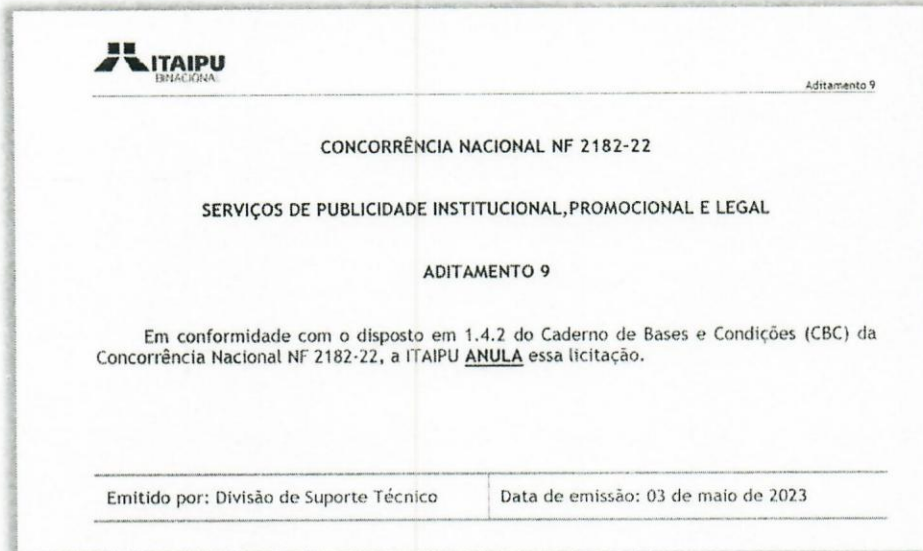
Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

Ocorre que a Prefeitura de Itaipulândia é atendida pela agência Lucas Serapio Ferreira, que participa deste certame e apresentou o mesmo cliente em seu Envelope 3, conforme o Contrato nº 412/22, que se encontra vigente de acordo com as informações constantes no Portal da Transparência da Prefeitura de Itaipulândia¹. Veja-se:



¹ <http://177.52.40.65:8083/portaltransparencia/contratos/detalhes?entidade=1&exercicio=2022&contrato=858>
CURITIBA/PR
Rua Mateus Leme, 3945-303-3 | São Lourenço
CEP 82.200.000 | 45 9 9115 0404

Por sua vez, a Itaipu Binacional era atendida pelo Grupo GPAC Comunicação Integrada, de Curitiba, até junho de 2023. Atualmente, a Itaipu está sem agência. Um edital foi aberto, mas houve impugnação e o certame foi anulado em 03/05/2023²:



Assim estabelece o edital sobre a comprovação da Capacidade de Atendimento:

6.1.2 **Comprovação da Capacidade de Atendimento:** textos em que a licitante apresentará:

- a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles; - *grifo original*.

O edital não deixa margem para dúvidas: o cliente deve ser atendido pela licitante na época da apresentação dos documentos.

A conduta da licitante N&N viola princípios básicos da administração pública e das licitações, e fere o item 14.1.8 do edital da Concorrência nº 02/2023:

² https://portaldofornecedor.itaipu.gov.br/pagina-licitacoes?body_value=publicidade&field_data_value%5Bmin%5D=2000-01-01&field_data_value%5Bmax%5D=2030-12-31&as_sfid=AAAAAAXvcMBMGojbsoW8RSigvPIEquimL-8xhwnGvdEsirJnnsZ3qrF6fAG_Nqmb17dpYiF_dvFwT2lh4qGby5M1L9jbTWubMdLgyQcabU4mmbhzwOBktu-hf2rGYGoADwkroFNbPWOUTJL53bCRhVDjz1N9XDviZKD3Be_KcxLilpuLZ-A%3D%3D&as_fid=3a7ee5331d9b6f495b274a6396031c33ea041874

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

14.1.8 Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento resultará na sua desclassificação.

Desta forma, a N&N deve ser desclassificada por apresentar informações falsas no quesito Capacidade de Atendimento, na tentativa de ludibriar a Subcomissão Técnica e obter vantagem indevida na atribuição de notas no referido quesito.

2.2. Identificação da autoria da proposta

A licitante N&N apresentou no Plano de Comunicação – Via não identificada, um spot para rádio com execução técnica a cargo da “Rádio Costa Oeste Terra das Águas”, ao custo de R\$ 350,00, conforme destaca a imagem abaixo:

TABELA 3 - SIMULAÇÃO DE VALORES DE PRODUÇÃO E/OU EXECUÇÃO TÉCNICA PEÇA DE MÍDIA

EXECUÇÃO TÉCNICA	MATERIAL	TAMANHO	VALOR ABSOL	VALOR %
SPOT – RÁDIO COSTA OESTE TERRA DAS ÁGUAS	01 SPOT para rádio	30 seg.	350,00	0,88
OUTDOOR – PLACA MÍDIA	05 estampas impressas em papel	3mx9m	900,00	2,26
SUB-TOTAL			R\$ 1.250,00	3,14%

Ocorre que esse fornecedor foi apresentado como cliente na proposta técnica da N&N no quesito Capacidade de Atendimento, conforme se destaca abaixo:

- ITAIPU BINACIONAL
- ANO DE 2015 até a atualidade.
- REDE DE COMUNICAÇÃO COSTA OESTE
- ANO DE 2016 até a atualidade.
- LAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL
- ANO DE 2015 até a atualidade.
- ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE MATELÂNDIA - ACIMA
- ANO DE 2016 até a atualidade.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE MERCEDES
- ANO DE 2018 até a atualidade.
- CONSELHO DOS MUNICÍPIOS LINDEIROS AO LAGO DE ITAIPU
- ANO DE 2022 até a atualidade.

13.451.228/0001-40
N & N Agência de Publicidade e Propaganda LTDA - ME
Av Brasil, 910 - Sala 01 - Centro
85 892-000 - Santa Helena PR

EVANDRO RODRIGO NECKEL
CPF 028.809.859-51 / RG 7.509.231-8
Sócio administrador
Santa Helena, 29 de Julho de 2023.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

Ao fazer isto, a N&N identificou a autoria de sua proposta, o que é vedado pela lei e pelo edital. Assim estabelece a Lei nº 12.232/2010:

Art. 6º (...)

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. *Grifo nosso*

O edital reitera o que estabelece a lei nos itens 4.2.e.1 e 14.5.1, de modo que não resta alternativa senão a desclassificação da licitante N&N.

2.3. Raciocínio básico inconsistente e incompleto

O item 9.3.1.1 do edital estabelece que, no julgamento do Plano de Comunicação – Raciocínio Básico, a Subcomissão deve avaliar “a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação”.

Entretanto, a agência N&N apresentou um Raciocínio Básico lacônico de apenas cinco linhas, sem o mínimo aprofundamento, e ainda assim recebeu notas elevadas, apesar de erros textuais como a repetição demasiada do nome do Município.

Nesse sentido, o avaliador Guilherme Egor Heinzen achou “a compreensão é muito boa e traz informações aprofundadas das que já foram propostas no briefing. Achei muito interessante a campanha. O ponto negativo fico (sic) por conta do erro de assentuação (sic) no “E”. Mesmo assim, conseguiu 9,5 pontos (do total de 10).

A avaliadora Jaqueline Franciele Sott Galvão, neste quesito, foi coerente no comentário: “*introdução atende a temática da proposta estabelecida no briefing, no entanto, poderia ter explorado os conhecimentos sobre o município (...) umas oportunidades e potencialidades no agro e no turismo*”. Mesmo assim, deu 8 pontos para este quesito.

Curiosamente o avaliador Luiz Fernando Cerni não avaliou o quesito, apenas observou que a licitante N&N cometeu um erro ortográfico: “*apenas falta de espaço entre o ponto e a última frase*” e concedeu 9,5 pontos.

As outras licitantes, no mesmo quesito Raciocínio Básico, apresentaram:

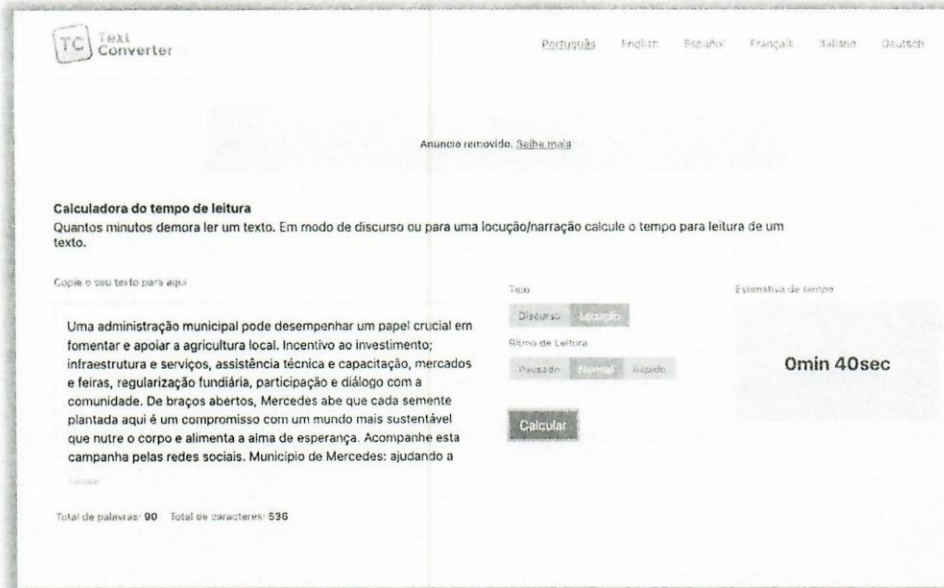
- Ramos & Pazini: 112 linhas
- DudaCom: 77 linhas
- Serapio: 74 linhas
- BlancoLima: 198 linhas
- Potência: 89 linhas.

A N&N deveria ter sua nota zerada ou substancialmente reduzida neste quesito, uma vez que não apresentou o problema específico de comunicação e nem os objetivos de comunicação solicitados no item 6.1.1.1. do edital. Entretanto, ficou com a segunda maior nota entre as licitantes (27,3 pontos).

Não obstante a necessária desclassificação da N&N, conforme apontado no item 2.1 deste recurso, é imprescindível a reavaliação da nota atribuída neste quesito.

2.4. Spot acima de 30 segundos

A proposta da N&N possui, entre as peças criativas, um spot de 30”. Ocorre que existem métricas para avaliar a quantidade de caracteres e o tempo de locução, como o <https://www.textconverter.io/pt/speech-time/> - e o spot apresentado em locução normal chega a 40”, em desacordo com o que foi apresentado, sem que houvesse redução de nota.



2.5. Página dupla para jornal, em desacordo com plano de mídia

Entre as peças criativas, a licitante incluiu um anúncio de página para jornal, mas apresentou um *mockup* de página dupla, onde utiliza duas páginas de jornal, inclusive replicando a mesma arte do banner apresentada para o site do Município, mas não incluiu esta peça na sua lista de peças, conforme pede o item 6.1.1.3 do edital. Veja-se:




Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

Trata-se de mais uma falha que passou despercebida pelos membros da Subcomissão Técnica e que deveria resultar em redução das notas atribuídas, de modo que se requer a revisão das notas, sem prejuízo da desclassificação requerida no item 2.1.

2.6. Extrapolação do valor limite estabelecido no Briefing

Em seu plano de mídia, a N&N comprou 4 inserções de uma página do “Jornal Tribuna do Oeste” ao custo total de R\$ 7.600,00. Entretanto, conforme o item 6.1.1.4.b.3 do edital, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos. Pela tabela apresentada pelo jornal (em anexo), o valor total de 4 páginas seria R\$ 10.000,00 (dez mil reais), fazendo com que o total da proposta seja de R\$ 42.234,00, ultrapassando o limite estabelecido pelo briefing, que é de R\$ 40 mil. Veja-se a tabela do veículo:



Marechal Cândido Rondon, 02 de junho de 2023.

VALORES INSTITUCIONAIS PARA O ANO 2023

Conforme solicitação, informamos a tabela de inserções de anúncios institucionais para o jornal impresso. Informamos também que o Jornal Tribuna do Oeste, circula todas as quintas-feiras com distribuição maciça em 10 municípios da região.

01 página (26 cm larg. X 34 cm alt.).....	R\$ 2.500,00 valor bruto
½. Página (26 cm larg. X 17 cm alt.).....	R\$ 1.250,00 valor bruto
¼. Página (12,6 cm larg. X 17 cm alt.).....	R\$ 750,00 valor bruto

Valores Brutos, válidos até 31 de dezembro de 2023.

Dário Loch
Diretor
45.99974.3988
jtribunadooeste@gmail.com
www.tribunadooeste.com

Z.K. PRODUÇÕES LTDA ME | CNPJ 09.474.883/0001-03
Rua 7 de Setembro, 1454 | Centro | CEP 85.960-000 | Marechal Cândido Rondon /PR
Telefone: (45) 3254-7886 | E-mail: jtribunadooeste@gmail.com

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

Portanto, trata-se de novo descumprimento das regras editalícias que deve resultar na desclassificação da licitante N&N.

2.7. Peças de não-mídia: sem quantidades e sem custo de distribuição

Nas peças de não mídia, a licitante não informou a quantidade de cartazes A3 que serão produzidos ao custo de R\$ 420,00 – ferindo o item 6.1.1.4.b.2 do edital, que exige essa informação – e nem o valor a ser pago para distribuir os cartazes e 10 mil flyers na cidade, como sugeriu, transferindo essa responsabilidade para a prefeitura, o que compreende erro grosseiro de planejamento de campanha. Veja-se:

SUB-TOTAL				36.954,00	92,77
TABELA 2. SIMULAÇÃO DE VALORES DE PRODUÇÃO - PEÇAS DE NÃO MÍDIA					
NÃO MÍDIA	MATERIAL	TAMANHO	VALOR ABSOL	VALOR %	
CARTAZ FORMATO A3	Papel cochê 120gr	210cmx420cm 4X0 cores	420,00	1,05	

2.8. Não incluiu o pagamento de imagens e cachês no plano de mídia

A N&N não incluiu o valor de compra de imagens e pagamento de cachês de atores e figurantes, deixando de prever todos os custos devidos na campanha simulada. Se tivesse incluído, o valor total da campanha teria extrapolado ainda mais o limite estabelecido pelo briefing, conforme já tratado no item 2.5 deste recurso, o que exige a desclassificação da licitante.

2.9. Erro ortográfico no slogan das peças criativas

As peças criativas (outdoor, jornal, story Instagram, anúncio de Facebook, cartaz A3 e flyer) foram apresentadas com erro ortográfico. O slogan incorreto apresentado foi: “E a força do Município cuidando da nossa base econômica”. O correto seria: “É a força do Município cuidando da nossa base econômica”. O erro foi percebido pelos avaliadores Guilherme Heinzen e Luiz Cerni, mas a campanha ainda ficou em 1º lugar.

Ante o exposto, a licitante N&N deve ser desclassificada da Concorrência. Inobstante, devem ser reconhecidas as demais falhas apontadas para efeito de aplicação de redução nas notas atribuídas, uma vez que os erros passaram despercebidos pela Subcomissão ou não representaram redução substancial nas notas.

3. Erros e irregularidades na proposta da agência Potência

Os erros da agência Potência são os apontados abaixo, que serão detalhados mais adiante:

1. Previu veiculação em rádio comunitária, o que é proibido pela legislação;
2. Extrapolou o limite de peças;
3. Não respeitou a formatação exigida pelo edital;
4. Extrapolou o período de veiculação;

3.1. Veiculação em rádio comunitária, o que é proibido pela legislação

A agência Potência inseriu em seu plano de mídia a Rádio Comunitária 87,9 FM, de Entre Rios, o que não é permitido pela Lei nº 9.612/98, por ser “comunitária” e não uma emissora comercial. Assim, infringiu o edital e a legislação em vigor.

Aliás, o membro da Subcomissão Técnica Guilherme Heinzen observou esse erro ao comentar: “...O uso de meios de Entre Rios do Oeste e o pagamento de rádio comunitária, comprometem totalmente a distribuição de valores”. Veja:

ENVELOPE N.º 05:

A elaboração dos meios não é feita em pontos que ficam por conta de moradores e do tom muito amarelado nos veículos, o que é bem trabalhado. O uso de meios de Entre Rios do Oeste e o pagamento de rádio comunitária, comprometem totalmente a distribuição de valores.

Rádio Atlântida 94FM, Rádio Educadora AM630, Rádio Difusora FM 95.1, Rádio Difusora AM970, Rádio Cristalina com abrangência em Mercedes e a Rádio Comunitária que também tem um portal e faz a entrega conjunta com origem em Mercedes.

Rádio		
	Rádio Afântida 94Fm	Spot 30"
	Rádio Educadora AM630	Spot 30"
	Rádio Difusora FM 95.1	Spot 30"
	Rádio Difusora AM970	Spot 30"
	Rádio Costa Oeste FM 93.3	Spot 30"
	Rádio Comunitária Entre Rios 87.9Fm	Spot 30"

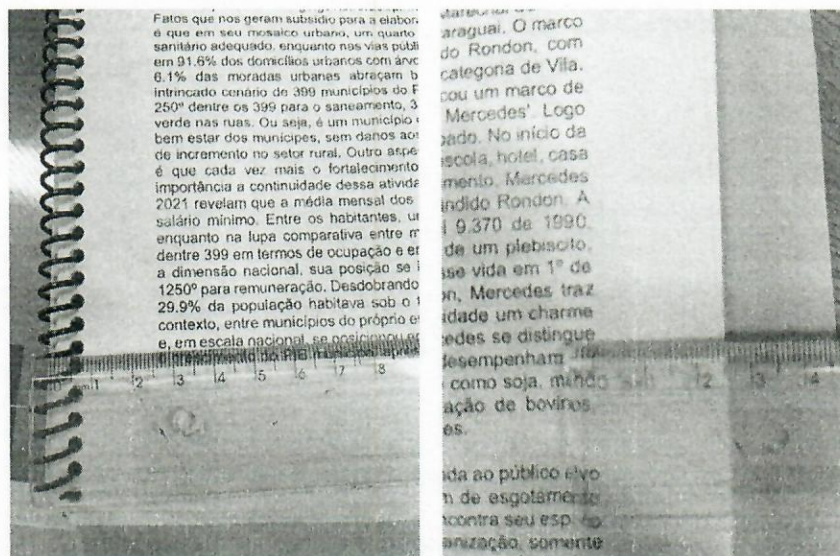
Entretanto, apesar da ilegalidade, a Subcomissão manteve a pontuação da licitante, sem desclassificá-la por tal erro, o que deve ser corrigido em face deste recurso.

3.2. Extrapolação do limite de peças

A licitante Potência apresentou 14 peças em sua lista de peças exemplificadas, bem acima do limite estipulado pelo item 6.1.1.3.a., que é de dez peças, o que configura descumprimento do edital e deve resultar na desclassificação da agência.

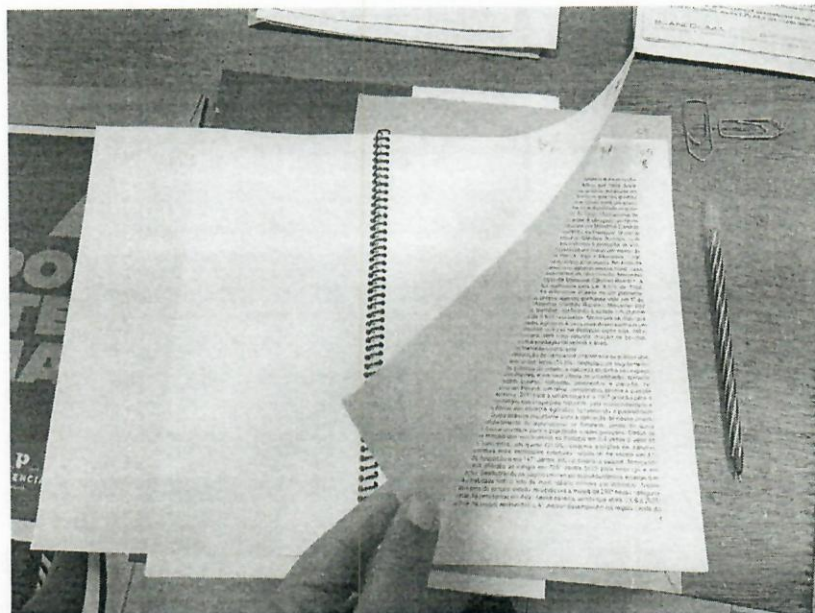
3.3. Desrespeito à formatação exigida no edital

A licitante desrespeitou a formatação exigida pelo edital na apresentação do Plano de Comunicação – Via não identificada, que pede espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda (item 5.3.1.a.2). Como se vê nas imagens abaixo, a proposta apresentou espaçamento superior ao solicitado, caracterizando descumprimento do edital que requer a desclassificação da licitante, em obediência ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório:



Nas licitações para contratação de serviços de publicidade, o princípio do formalismo moderado não se aplica nestas situações, eis que a padronização e o nível de detalhamento e precisão servem para se evitar a identificação da autoria das propostas.

No mesmo sentido, a licitante apresentou capa e contracapa – folha em branco – o que não foi solicitado pelo edital, diferenciando a sua proposta das demais, que serviu como uma “marca” de identificação entre as concorrentes, conforme se vê abaixo:



3.4. Extrapolação do período de veiculação

A licitante extrapolou o período de dois meses de veiculação fixado no briefing. Em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia (tática de veiculação), a licitante afirmou que veiculará sua campanha entre os dias 1º de outubro a 30 de novembro de 2023. Entretanto, em sua planilha geral informou que a campanha inicia no dia 1º de setembro e encerra em 30 de outubro de 2023. Neste caso, extrapolou o limite de dois meses, devendo, por isso, ser desclassificada ou ao menos sofrer redução nas notas atribuídas. Vejamos:

Tática de Veiculação: Para atingir o objetivo de comunicação e o público-alvo definido, a tática de veiculação prevê o período de 02 meses (01/Outubro/2023 a 30/Novembro/2023). Internet (Quadro "2"): Com ampla cobertura e visibilidade no período da campanha, estamos propondo uma presença nos portais relevantes com abrangência no município de

FORMATO	MÍDIA E NÃO MÍDIA 60 dias 01/09/2023 a 30/10/2023								INSERÇÕES TOTAL	TOTAL GERAL BRUTO
	SETEMBRO 2023 (01/09 a 30/09)				OUTUBRO 2023 (01/10 a 30/10)					
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4		
Portal Ponto no Brasil	728 x 60								Período de 60 dias	R\$ 4.000,00
Portal Costa Oeste News	330 x 250								Período de 60 dias	R\$ 3.000,00
Portal Aquidauana.net	1.170 x 298								5 dias	R\$ 1.450,00
Portal Correo do Lago	460 x 190								5 dias	R\$ 1.250,00
al Destaque Entre Rios	450 x 190								5 dias	R\$ 1.000,00
Google Adwords	Palavras Chaves								60 dias	R\$ 800,00
este (Recurso Próprio)										R\$ 11.500,00
Rádio Atlântida 94FM	Spot 30"								21	R\$ 945,00
rádio Educadora AM1030	Spot 30"								21	R\$ 945,00
Rádio Difusora FM 95.1	Spot 30"								21	R\$ 1.155,00
Rádio Difusora AM970	Spot 30"								21	R\$ 1.155,00

Ante o exposto, a licitante Potência deve ser desclassificada da Concorrência. Inobstante, devem ser reconhecidas as demais falhas para efeito de redução nas notas atribuídas, uma vez que os erros passaram despercebidos pela Subcomissão.

4. Erros e irregularidades na proposta da agência Lucas Serapio

Os erros da agência Lucas Serapio Ferreira são os apontados abaixo:

1. Extrapolou o limite de peças;
2. Utilizou veículos distantes do objetivo do briefing.

4.1. Extrapolação do limite de peças

A licitante Lucas Serapio apresentou 12 peças na sua proposta, extrapolando o limite permitido pelo item 6.1.1.3.a, que é de dez peças. Veja-se:

Ideia Criativa.
 Peças Corporificadas:
 Página inteira de jornal colorida 26x34cm;
 Banner estático para site 1900x600px;
 Storyboard para VT de Televisão – 30";
 Post estático feed para redes sociais 1080x1350px;
 Stories para redes sociais 1080x1920px;
 Outdoor 9x3M;
 Roteiro de spot 30" para rádio;
 Peças Não Corporificadas:
 Jornal ¼ de página colorida;
 Banner estático para site 970x150px;
 Banner estático para site 400x400px;
 Banner estático para site 728x90px;
 Vídeo 30" redes sociais e youtube;

4.2. Utilização de veículos muito distantes do Município anunciante

A licitante previu no seu plano de mídia a veiculação em órgãos de comunicação muito distantes da localidade de Mercedes, o que caracteriza distanciamento do objetivo do briefing e falha no planejamento da campanha simulada.

Foram previstas inserções na Band Maringá e TV Tibagi de Maringá, quando poderia ter utilizado as mesmas emissoras por meio de suas afiliadas na região Oeste, mais próximas ao município anunciante. Agindo assim, a licitante desperdiça verba pública ao escolher veículos desconectados com a realidade local. Veja-se a tabela:

Veículo	Nome	Cidade	Cobertura
Televisão	Band Maringá	Maringá/PR	166 municípios do Paraná
Televisão	RCP – Afiliada Rede Globo	Cascavel/PR	37 municípios do Paraná
Televisão	TV Tibagi – Afiliada SBT	Maringá/PR	174 municípios do Paraná

15

Tal falha, que é grave, não foi notada pelos avaliadores, de modo que merecem ser revisadas as notas atribuídas neste quesito.

Desta forma, a licitante Lucas Serapio deve ser desclassificada da Concorrência por ter extrapolado o número máximo de peças previstas em edital. Inobstante, deve ser reconhecida a outra falha, consistente no mau planejamento de distribuição de mídia, para efeito de redução da nota atribuída, uma vez que o erro passou despercebido.

5. Dos pedidos

Diante de todo o exposto, requer a recorrente:

- a) O recebimento do presente recurso administrativo, por ser tempestivo e atender os requisitos de admissibilidade;
- b) A desclassificação das licitantes “N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME”, “Potência Comunicação Digital Ltda.” e “Lucas Serapio Ferreira”, pelo descumprimento de regras editalícias, conforme detalhado nesta peça recursal;
- c) Não sendo o entendimento pela desclassificação de alguma das licitantes – o que não se espera –, que sejam aplicadas reduções substanciais nas notas atribuídas em face dos diversos erros praticados nas propostas técnicas, que passaram despercebidos pelos julgadores da Subcomissão Técnica.

Nestes termos, pede deferimento.

De Curitiba/PR para Mercedes/PR, em 4 de setembro de 2023.

assinado eletronicamente

Alisson Ramos da Luz

Advogado OAB/PR 106440



Assunto **Recurso Agência Potencia - Licitação Publicidade**
De Adriel Mello <adriel@agenciapotencia.com.br>
Para licitacao <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 05-09-2023 16:34

- Recurso Potencia - signed.pdf(~2,6 MB)

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

Requer protocolo do recurso, conforme previsto no Edital de Concorrência nº 2/2023 e Processo Licitatório nº 129/2023,.

att.





À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Edital de Concorrência nº 2/2023

Processo Licitatório nº 129/2023

POTÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n. 43.164.504/0001-50 com sede Rua Roraima 142 - SI 402, bairro Cajuru, na cidade de Curitiba/PR, com contato@agenciapotencia.com.br vem, respeitosamente, por intermédio de seu representante legal, à presença de Vossa Senhoria, interpor:

RECURSO ADMINISTRATIVO

Fundamentado nos termos do Edital¹ e das Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993 pelos fatos e fundamentos técnicos e jurídicos a seguir expostos.

I. DOS FATOS

O recurso foi interposto em 05/09/2023, dentro do prazo estipulado pelo Edital. Seu objetivo é contestar o resultado do julgamento das propostas técnicas da Concorrência Pública nº 02/2023, bem como a classificação e pontuação atribuída às agências licitantes, incluindo a nossa. Veja-se:

Class.	Empresa	Plano de Comunicação	Capacidade de Atendimento	Repertório	Relato de Soluções de Problema de Comunicação	Pontuação Total
1º	N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME	57,8	14,3	9,2	9,0	90,3
2º	Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI	56,9	14,2	9,0	9,1	89,2
3º	Potência Comunicação Digital Ltda	52,9	13,9	9,0	9,0	84,8
4º	Dudacom Marketing Integrado EIRELI	51,8	14,1	9,2	9,3	84,4
5º	Ramos & Pazini	52,7	13,6	9,0	8,9	84,2
6º	Lucas Serapio Ferreira	48,5	13,6	8,9	9,1	80,1

¹ 14.6.1.1 Não estando presentes os representantes de TODOS os licitantes, o resultado será publicado no DOEM – Diário Oficial Eletrônico do Município com intimação do prazo para recurso.

O certame tem o propósito de selecionar agências para serviços publicitários, conforme detalhado no edital. Durante a análise das propostas, a Comissão Especial de Licitação avaliou diversos quesitos, publicando os resultados no Diário Oficial Eletrônico do Município de Mercedes.

Durante a análise das propostas apresentadas no certame, identificamos diversas incongruências em relação ao estipulado no edital, comprometendo a isonomia e a transparência do processo licitatório.

Sustentamos que nossa proposta atendeu aos critérios de pontuação do Edital mais amplamente do que foi pontuado e que, ao comparar a avaliação dos jurados, identificamos discrepâncias que ultrapassam os limites legais estabelecidos, sem a devida reavaliação.

Ressalta-se, inicialmente, que a licitante, agora Recorrente, está plenamente ciente da extensão do trabalho que a análise de todas as propostas técnicas exige da Subcomissão Técnica. Dada a magnitude desse volume, é natural que possam surgir erros na avaliação. No presente caso, identificam-se falhas claras e facilmente comprováveis, que justificam a desclassificação. Além disso, com base nas notas e justificativas individualizadas, torna-se evidente a necessidade de revisar a nota da Recorrente para um valor superior e de reajustar as notas das demais licitantes, conforme fundamentos expostos a seguir.

II - DOS FUNDAMENTOS

2.1) ERROS ENCONTRADOS NOS INVÓLUCROS DOS CONCORRENTES

A) ANÁLISE DA PROPOSTA - ENVELOPE 1 - N&N

Em nossa revisão do invólucro apresentado por N&N, observamos diversas incongruências que merecem destaque para uma compreensão aprofundada da situação:

Erros identificados na proposta de N&N:

1. Erros de Conteúdo e Estruturação: Conforme o edital, a proposta deve ser clara e precisa. No entanto, foram identificadas imprecisões gramaticais e ortográficas, além de problemas de formatação. Verificamos imprecisões gramaticais e ortográficas que, em um contexto profissional de avaliação, são inaceitáveis. Esses erros, por menores que possam parecer, comprometem a clareza e a precisão da comunicação. Além destas falhas linguísticas, a ausência de espaçamento adequado entre as frases contribuiu para uma leitura fragmentada e truncada, veja-se:

Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada.
I. Raciocínio básico – Juntar em uma única arte todas as potencialidades econômicas do município de Mercedes e criar atratividade para que pessoas de outros municípios vizinhos possuam interesse em visitar, fazer turismo e investir em Mercedes. Ao mesmo tempo fortalecer a imagem que o município possui das potencialidades de seu próprio município, e crie um sentimento de pertencimento e orgulho por Mercedes.

2. Profundidade da Proposta: O edital exige uma abordagem detalhada e bem fundamentada. Contudo, a proposta apresentou uma abordagem superficial. A brevidade do raciocínio, limitado a meras cinco linhas, levanta preocupações quanto à compreensão e ao embasamento do proponente em relação ao escopo do projeto. Uma proposta tão resumida sugere falta de análise criteriosa e de visão estratégica,

resultando em uma abordagem superficial que não atende às expectativas de uma proposta robusta e bem fundamentada. Por consequência, a ausência de uma argumentação ampla e detalhada retira a possibilidade de a proposta ser avaliada com uma pontuação elevada. Ademais, sem uma base estrutural claramente definida, torna-se inviável a elaboração de um plano de comunicação eficiente e eficaz.

3. Inconsistências na Peça Gráfica: A apresentação visual é crucial para uma comunicação efetiva. No entanto, no material fornecido, identificamos a omissão do acento na vogal "e", especificamente no subtítulo: "E a Força do Município cuidando da nossa base econômica". Tal deslize, apesar de aparentemente simples, reflete uma falta de atenção aos detalhes, que é fundamental em projetos de comunicação.



4. Não Conformidade com o Edital: A apresentação de peça gráfica inacabada contradiz as diretrizes estabelecidas no item 6.1.1.3 b.1² do edital. Estas diretrizes são claras ao estabelecer a necessidade de submissão de peças gráficas em sua versão finalizada. A não observância deste critério evidencia uma falta de alinhamento do proponente com as exigências e padrões estipulados, questionando, assim, a sua capacidade de atender adequadamente às demandas do projeto.

² b.1) No caso de peças de não mídia, só serão aceitos exemplos finalizados.



A conformidade com as diretrizes estipuladas no edital é indicadora da seriedade, compromisso e atenção aos detalhes por parte de um proponente. Especificamente, em contextos de processos licitatórios ou de seleção, onde a concorrência se revela acirrada e os padrões qualitativos se posicionam em patamares elevados, deslizes, mesmo que aparentemente menores, podem ter implicações significativas. O não cumprimento de requisitos essenciais, como a apresentação de peças gráficas finalizadas, ultrapassa a mera desatenção. Este pode ser interpretado como ausência de comprometimento e uma postura não profissional por parte do proponente, fatores que podem culminar na sua desqualificação.

Ademais, para além das questões objetivas relacionadas ao desrespeito das especificações do edital, é imperativo considerar as repercussões subtendidas desses erros na perspectiva do público-alvo. Propostas permeadas por equívocos gramaticais, ortográficos e de formatação não apenas comprometem a essência da mensagem transmitida, mas também propiciam espaço para ambiguidades. Em um cenário mais adverso, esses erros podem instigar dúvidas acerca da competência e profissionalismo do proponente.

Os candidatos devem evidenciar não só suas competências técnicas, mas também sua dedicação à qualidade, precisão e cumprimento das diretrizes estabelecidas. Erros, mesmo que pequenos, podem sinalizar falhas mais amplas no planejamento e na implementação. Assim, cabe à equipe avaliadora examinar a proposta com atenção redobrada.

Nesse sentido, devido às inconsistências encontradas na proposta de N&N, é essencial realizar uma revisão rigorosa e detalhada das notas atribuídas a esta agência.

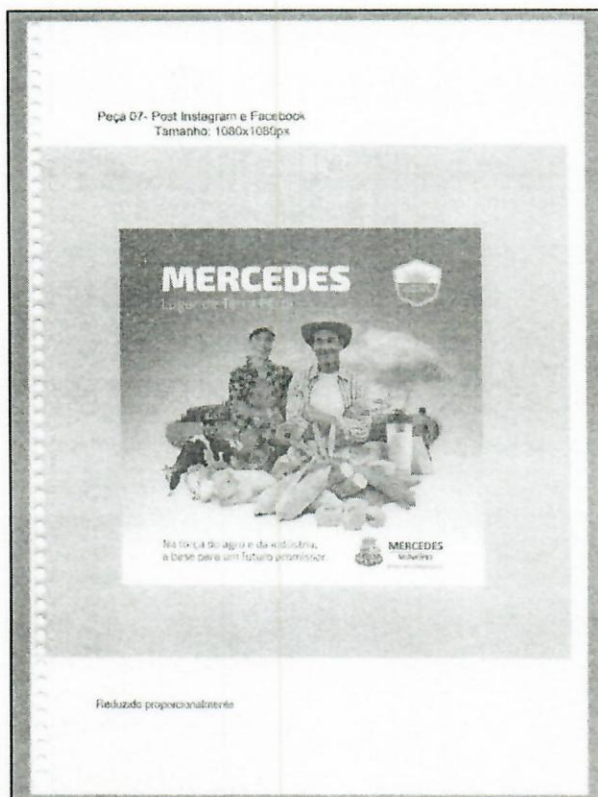
B) ANÁLISE DA PROPOSTA - ENVELOPE 2 - RAMOS & PAZINI

O edital especifica os critérios de formatação e conteúdo a serem seguidos pelos proponentes em sua proposta. Estes critérios são claros e visam manter a equidade entre os proponentes e garantir o anonimato dos mesmos durante a fase de avaliação. As diretrizes do edital indicam que o Plano de Comunicação – Via Não Identificada deve ser redigido seguindo padrões específicos de formato,

tamanho, tipo de fonte, espaçamento, numeração e apresentação, além de proibir qualquer forma de identificação do proponente.

Erros identificados na proposta de RAMOS & PAZINI:

1. Ausência de Numeração: As páginas 16, 17 e 18 da proposta estão sem numeração, o que contraria o item 5 das diretrizes de formatação do edital. A numeração é um elemento crucial para garantir a sequência lógica e a integridade do documento, a título de exemplo, veja-se:



2. Uso inconsistente de Caixa Alta: A proposta apresenta variações na formatação das palavras, com uso de caixa alta em palavras que não são títulos ou subtítulos, como "mídia online" e "o presente". Tal inconsistência pode ser considerada uma forma de identificação e, portanto, contraria a proibição do edital de inserir qualquer elemento que possa identificar a autoria da proposta.

ferramenta na divulgação. Inserções de spots rotativos de 30' durante a programação da emissora.

→ **MÍDIA ONLINE:** o uso da mídia online garante alto impacto frente aos usuários da rede mundial de computadores, portanto, a divulgação de anúncios em portais na web potencializa o acesso à mensagem, sendo caracterizada pela rapidez, flexibilidade, e disponibilidade em qualquer hora. O banner online ainda tem o recurso adicional de oferecer um link de acesso ao site oficial onde existem informações adicionais sobre a campanha (portal da prefeitura).

→ **O Presente:** Site com um bom alcance na região Oeste do Paraná e microrregião, tem um público diversificado que visualiza seu site, dinâmico era jornal impresso que agora é online, conta com mais de 1,4 milhão de visualizações por mês, 270.000 mil acessos únicos e mais de 70 mil seguidores em suas redes sociais.

Ponto da Notícia: portal de notícias de Mercedes; é um veículo web que deve ser inserido na campanha e valorizado por ser produto local, sendo que possui boa taxa de acessos principalmente por atingir público direto do município.

Click Mercedes: Também é um portal de notícias de Mercedes, bastante acessado e que contribui para o engajamento da campanha; é um veículo da web que está inserido na campanha e valorizado por ser produto local, sendo que possui boa taxa de acessos principalmente por atingir público direto do município.

MÍDIA IMPRESSA: veículos tradicionais de mídia detêm os maiores índices de atenção dos consumidores e a veiculação de anúncios é comprovadamente eficaz. Jornais e revistas oferecem muita confiança e credibilidade ao conteúdo veiculado.

Jornal Tribuna do Oeste: veículo impresso de Marechal Cândido Rondon, com circulação em 6 municípios da microrregião. Possui tiragem de 3.000 exemplares. Inserção de anúncios de ¼ de página.

4.2. Não Mídia
Portal do município: o portal de notícias oficial do município de Mercedes é de grande

O edital é claro ao mencionar que:

O Plano de Comunicação – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

1. Em papel A4, branco;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;
3. Com espaçamento 1,0 entre as linhas;
4. Com texto em fonte “arial”, tamanho 12;
5. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
6. Em caderno único, encadernado em espiral preto;
7. Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

Tendo em vista as incongruências observadas, e levando em consideração a clareza e especificidade das diretrizes do edital, recomenda-se uma avaliação criteriosa da proposta apresentada por Ramos & Pazini. O não cumprimento de regras básicas, como a numeração de páginas e a formatação consistente do texto, pode ser interpretado como falta de atenção aos detalhes ou como tentativa de identificação, ambas as situações podem ser motivos para desqualificação da proposta.

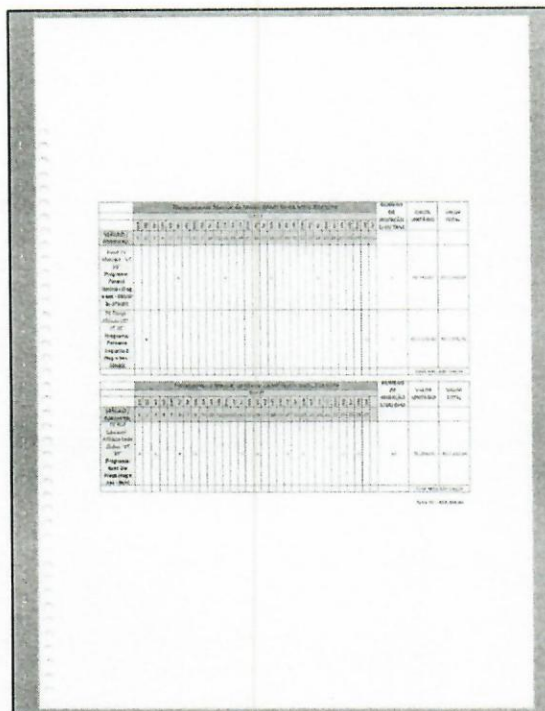
C) ANÁLISE DA PROPOSTA - ENVELOPE 3 - LUCAS SERAPIO

Durante a análise das propostas apresentadas no certame, identificamos incongruências na proposta da licitante LUCAS SERAPIO em relação ao estipulado no edital.

Erros identificados na proposta de LUCAS SERAPIO:

1. Ausência de numeração na página 20: O edital, em sua clareza e objetividade, estabelece diretrizes específicas para a formatação das propostas submetidas pelos licitantes. Uma dessas diretrizes refere-se à numeração sequencial das páginas, que visa garantir a integridade e a

ordenação lógica do conteúdo apresentado. A ausência de numeração na página 20 da proposta apresentada por LUCAS SERAPIO não só desrespeita essa diretriz, mas também pode ser interpretada como uma tentativa de identificação, comprometendo assim a isonomia e a transparência do processo licitatório, conforme previsto no plano de comunicação.



2. Ausência de recuos na formatação e espaçamento entre linhas “simples”: O edital, no item 6.1.1.4, é explícito ao determinar que o plano de comunicação deve seguir diretrizes específicas de formatação. Entre elas, destaca-se a ausência de recuos na formatação, com exceção de planilhas ou gráficos, e a necessidade de um espaçamento entre linhas “simples”.

O edital é claro ao mencionar que:

O Plano de Comunicação – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

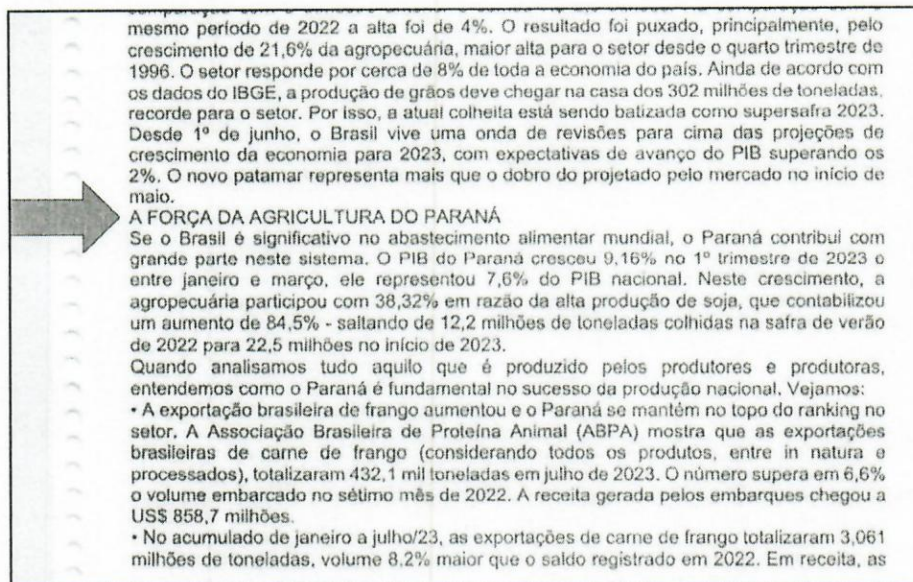
1. Em papel A4, branco;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;
3. Com espaçamento 1,0 entre as linhas;
4. Com texto em fonte “arial”, tamanho 12;
5. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
6. Em caderno único, encadernado em espiral preto;
7. Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

A proposta de LUCAS SERAPIO apresenta desvios dessas diretrizes, evidenciando uma desconformidade com as exigências estabelecidas. Tais desvios, por menores que possam parecer, são cruciais para garantir a uniformidade, a legibilidade e a isonomia entre as propostas. A não observância desses critérios pode ser interpretada como uma falta de atenção aos detalhes ou, em uma análise mais rigorosa, como um desalinhamento com as diretrizes do edital.

D) ANÁLISE DA PROPOSTA - ENVELOPE 4 - BLANCOLIMA

Erros identificados na proposta de BLANCOLIMA:

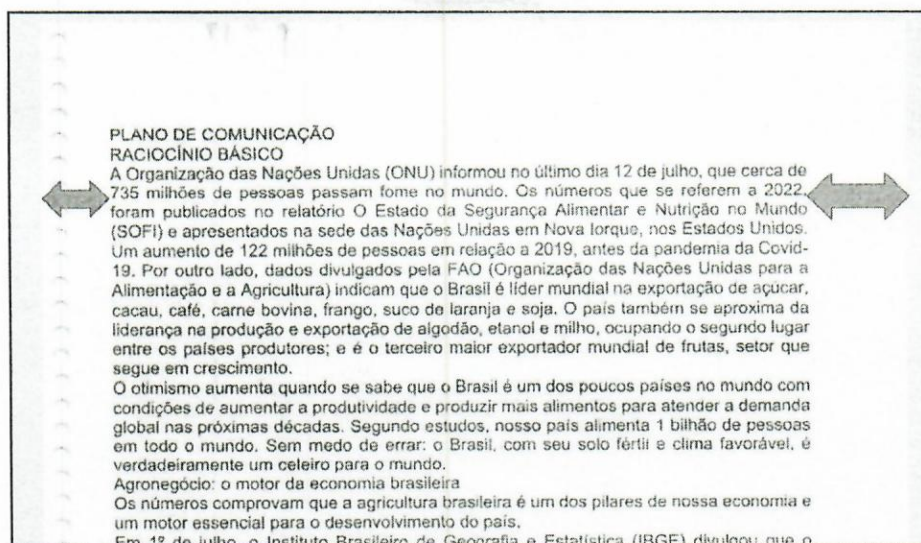
1. Utilização de caixa alta em palavras ou frases que não sejam os títulos descritos pelo edital: O edital é explícito ao determinar que apenas os títulos "raciocínio básico, ideia criativa, plano de mídia e não mídia" devem ser apresentados em caixa alta. A utilização de caixa alta em palavras ou frases que não sejam os títulos previstos pelo edital pode comprometer a isonomia do certame, ao permitir a identificação do licitante.



Nesse sentido, a utilização de caixa alta em palavras ou frases que não se enquadram nas categorias mencionadas pode ser interpretada como uma tentativa de identificação, comprometendo a isonomia e a transparência do processo licitatório, em desacordo com os princípios da Administração Pública.

2. Erro de margem: O edital, ao estabelecer margens específicas, busca garantir a uniformidade das propostas, evitando que sejam criados mecanismos de identificação. O edital estabelece claramente que as margens devem ser de 2cm para superior, inferior, direita e esquerda.

A margem esquerda da proposta apresentada por BLANCOLIMA não possui os 2 cm estipulados, desrespeitando assim as diretrizes estabelecidas e comprometendo a uniformidade e a legibilidade da proposta.



Tal desvio pode ser interpretado como uma tentativa de identificação ou como uma falha na observância das regras do certame, ambas as situações em desacordo com os princípios que regem as licitações públicas.

O edital é claro ao mencionar que:

O Plano de Comunicação – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

1. Em papel A4, branco;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;
3. Com espaçamento 1,0 entre as linhas;
4. Com texto em fonte “arial”, tamanho 12;
5. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
6. Em caderno único, encadernado em espiral preto;
7. Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

2.2) O FORMALISMO E A ESPECIFICIDADE DOS CONTRATOS DE PUBLICIDADE EM LICITAÇÕES

A Administração Pública, ao realizar licitações, está sujeita a princípios e regras que garantem a isonomia, a legalidade e a impessoalidade no trato com os interessados. O princípio do formalismo moderado, embora aplicável em diversas situações administrativas, encontra nos contratos de publicidade um cenário onde o formalismo é intensificado, em virtude de legislação específica.

Em licitações voltadas para a contratação de serviços de publicidade, o edital assume um papel de destaque, funcionando como a "lei do certame". Conforme entendimento sedimentado no Superior Tribunal de Justiça, **o edital delimita as condições que guiam os atos da licitação, fixando seu**

objeto de maneira precisa e estabelecendo os deveres e garantias das partes envolvidas. Assim, suas regras vinculam tanto a Administração quanto os licitantes.

A decisão do TCE PR 225016/19, sob relatoria do Ministro IVAN LELIS BONILHA, é elucidativa neste aspecto. A unidade técnica destacou que, ao aceitar propostas que se desviam dos padrões estabelecidos no edital, **a integridade do certame é comprometida.** Isso ocorre porque **tais desvios podem permitir a identificação das propostas,** algo que a legislação busca evitar. **Assim, não se pode minimizar erros formais, como os de recuo ou paginação,** pois eles têm o potencial de comprometer a isonomia e a impessoalidade do processo, *verbis*:

Consoante destacado pela unidade técnica, a partir do momento em que a subcomissão técnica aceita propostas fora dos padrões fixados no edital, a lisura do certame fica comprometida em razão da possibilidade de identificação das propostas, situação que a lei pretende coibir. Por tais motivos, inaceitável a justificativa dos representados de que erros formais de recuo, paginação, etc. são questões de "somenos importância", haja vista que qualquer proposta fora dos critérios formais importa em desclassificação pelo potencial risco de identificação das propostas." (TCE PR 225016/19, Relator: IVAN LELIS BONILHA, Tribunal Pleno, data da publicação: 02/10/2019).

A Lei nº 8.666/90, em seu art. 3º, estabelece que as licitações devem ser processadas e julgadas em conformidade com princípios como a legalidade, a impessoalidade, a moralidade e a vinculação ao instrumento convocatório. Já a Lei nº 12.232/10, que regula a licitação e contratação de serviços de publicidade, é ainda mais específica ao proibir qualquer marcação ou sinalização que possa identificar o proponente antes da abertura dos invólucros.

A observância estrita ao edital é, portanto, fundamental. Qualquer violação, mesmo que aparentemente trivial, pode resultar em desclassificação, conforme estabelecido nos incisos XII, XIII e XIV do art. 6º da Lei nº 12.232/10. **A razão para tal rigor reside na necessidade de garantir a isonomia e a impessoalidade,** evitando que qualquer licitante tenha uma vantagem indevida.

Em conclusão, **o formalismo, quando aplicado a licitações de publicidade, não é um mero capricho burocrático,** mas sim uma ferramenta essencial para garantir a integridade e a justiça do processo licitatório. A desclassificação das agências listadas anteriormente, diante de possíveis violações aos princípios que regem a matéria, é, portanto, uma medida não apenas adequada, mas imperativa.

2.2) BASES LEGAIS PARA O REAJUSTE DA PONTUAÇÃO DA RECORRENTE

A) MEMBROS DA SUBCOMISSÃO JULGADORA

A.1) Das notas atribuídas pelo membro da subcomissão Luiz Fernando Cerni para os três primeiros colocados

A Lei nº 12.232/2010, que normatiza as licitações para contratação de serviços de publicidade, é clara ao estabelecer os critérios e procedimentos que devem ser seguidos para garantir uma avaliação justa e equilibrada das propostas apresentadas. Esta legislação, em seu artigo 3º, destaca a necessidade de uma avaliação realizada por uma Subcomissão Técnica, composta por, no mínimo, três membros, que devem decidir com base em critérios objetivos previamente definidos no instrumento convocatório.

A objetividade e a isonomia são, portanto, pilares fundamentais deste processo, assegurando que todas as propostas sejam avaliadas sob os mesmos parâmetros.

Dentro deste contexto, ao analisarmos as justificativas apresentadas pelo membro da subcomissão, Sr. Luiz Fernando Cerni, para as notas atribuídas às agências N&N e POTÊNCIA, percebemos uma aparente discrepância na avaliação.

Enquanto a agência N&N, mesmo omitindo um tema crucial como o "Turismo" em sua proposta, recebeu uma avaliação positiva com uma ressalva menor relacionada a um erro de grafia, a agência POTENCIA foi pontuada de forma mais crítica, tendo sua omissão ao tema "turismo" destacada, apesar de ter abordado de forma competente outros aspectos do objeto licitado, confira-se:

MEMBRO DA COMISSÃO	SUBQUESITO	AGÊNCIA		
		N&N	BLANCO LIMA	POTENCIA
LUIZ FERNANDO	RACIOCÍNIO BÁSICO	9,5	9,6	9,1
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	18	16,7	17,1
	IDEIA CRIATIVA	22,8	21,7	20
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	8,1	8,6	7,4
	TOTAL	58,4	56,6	53,6

JUSTIFICATIVA ENVELOPE 1 - N&N:

ENVELOPE N.º 01:
 A agência propôs um bom material. Não
 foram as potencialidades de forma clara de mercado
 e demandas, com o momento de crise. O defeito
 foi um erro na arte, na grafia, faltando
 um acento na "e", na parte branca do arte.
 Na parte das mídias, faltou destacar em mais
 detalhes e mudar os valores.

PEÇA APRESENTADA PELA LICITANTE N&N:



JUSTIFICATIVA ENVELOPE 5 - POTÊNCIA

ENVELOPE N.º 05:
~~Substituíam alguns pontos de...~~
~~... para...~~
 ... para... especialmente para turismo no parte
 das artes. No âmbito da agricultura foram
 muito bem. As artes, acredito que as máquinas
 entraram em pouco.

PEÇA APRESENTADA PELA LICITANTE POTENCIA:

Anúncio Revista

CIDADE DE MERCEDES | PR



**TERRA ABENÇOADA,
AGRICULTURA VALORIZADA!**

Aqui, a agricultura é muito mais do que uma atividade econômica: é uma tradição honrada, um legado passado de geração em geração. A terra abençoada pelo clima e pelo solo propício torna-se o berço de colheitas abundantes e de qualidade excepcional.

Na comunidade, os agricultores são verdadeiros guardiões da terra, cuidando dela com dedicação e amor. Eles compreendem o valor inestimável da agricultura e a importância de preservar essa riqueza natural para as futuras gerações.

Acesso: www.mercedes.pr.gov.br

**CORRIDA
MÁS DA NOSSA
CIDADE MÓDIA**  

 **MERCEDES**
PREFEITURA

Esta diferença de tratamento entre as duas licitantes levanta questões sobre a objetividade e a imparcialidade da avaliação. Se a ausência do tema "Turismo" é considerada uma falha grave na proposta da POTENCIA, por que a mesma falha não foi igualmente penalizada na proposta da N&N?

Além disso, a proposta da N&N apresenta erros de acentuação que, além de dificultar a leitura, podem gerar custos adicionais ao município, caso os materiais sejam impressos sem revisão. Estes erros, que podem ser considerados "grotescos" dada a natureza profissional do processo licitatório, parecem não ter sido devidamente ponderados na avaliação.

O Art. 6º, inciso VII, da referida lei, prevê a possibilidade de reavaliação das pontuações quando houver uma discrepância significativa nas notas atribuídas pelos membros da subcomissão técnica. Esta disposição visa justamente evitar situações como a observada, onde a avaliação pode ter sido influenciada por critérios subjetivos ou por uma interpretação equivocada do instrumento convocatório.

Além disso, o Art. 7º detalha os quesitos que devem compor o plano de comunicação publicitária, garantindo que os licitantes abordem aspectos essenciais, como o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa e a estratégia de mídia. A omissão de um tema tão relevante como o

"Turismo" por parte da agência N&N parece violar este artigo, uma vez que não abordou de forma integral os desafios de comunicação propostos.

Por fim, o Art. 11 estabelece o procedimento de processamento e julgamento da licitação, desde a abertura dos envelopes até a homologação do procedimento. Este artigo reforça a necessidade de transparência, justiça e conformidade com as normas estabelecidas, garantindo que todas as propostas sejam avaliadas de forma equânime.

Em conclusão, a avaliação realizada pelo Sr. Luiz Fernando Cerni parece não estar em consonância com os princípios e diretrizes estabelecidos pela Lei nº 12.232/2010. A aparente discrepância nas avaliações das agências N&N e POTENCIA sugere a necessidade de uma reavaliação das propostas, a fim de garantir a isonomia e a objetividade que são fundamentais em processos licitatórios.

A.2) Das notas atribuídas pelo membro da subcomissão Guilherme Eger Heinzen para os três primeiros colocados

A avaliação de propostas técnicas em processos licitatórios deve ser pautada pela objetividade, clareza e aderência aos critérios estabelecidos no instrumento convocatório. O objetivo é assegurar que todas as propostas sejam avaliadas de forma justa e equitativa, garantindo a integridade do processo licitatório.

Veja-se a pontuação atribuída pelo julgador:

MEMBRO DA COMISSÃO	SUBQUESITO	AGÊNCIA		
		N&N	BLANCO LIMA	POTENCIA
GUILHERME	RACIOCÍNIO BASICO	9,8	9,4	9
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	18,5	16,9	17
	IDEIA CRIATIVA	23,4	21,1	19,9
	ESTRATÉGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA	8,7	8,8	7,2
	TOTAL	60,4	56,7	53,1

Ao examinarmos a avaliação realizada pelo julgador, Sr. Guilherme Eger Heinzen, em relação ao quesito "Raciocínio Básico" da proposta da licitante N&N, identificamos algumas incongruências que merecem atenção:

1. Raciocínio básico: O quesito em questão visa avaliar a "acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação". Ao analisar o processo de avaliação conduzido pelo julgador, é evidente que houve uma confusão em relação aos critérios de avaliação. O julgador, ao que parece, não conseguiu distinguir entre a avaliação do "raciocínio básico" e a "campanha completa", o que levou a uma interpretação equivocada da proposta apresentada pela licitante N&N.

O raciocínio básico, como o próprio nome sugere, refere-se à capacidade da licitante de compreender e articular o problema central de comunicação e os objetivos associados. Não se trata de avaliar a campanha como um todo, mas sim de entender a lógica e a clareza do pensamento por trás da proposta. No entanto, ao avaliar a proposta da N&N, fica claro que a mesma não oferece uma compreensão profunda ou detalhada do problema de comunicação em questão, *in verbis*:

I. Raciocínio básico – Juntar em uma única arte todas as potencialidades econômicas do município de Mercedes e criar atratividade para que pessoas de outros municípios vizinhos possuam interesse em visitar, fazer turismo e investir em Mercedes. Ao mesmo tempo fortalecer a imagem que o município possui das potencialidades de seu próprio município, e crie um sentimento de pertencimento e orgulho por Mercedes.

Nesse contexto, é surpreendente que a licitante N&N, que apresentou um raciocínio básico de apenas 5 linhas, tenha recebido uma nota tão alta de 9,8 pelo julgador. A brevidade da explicação, por si só, não é necessariamente um problema, mas é essencial que o conteúdo apresentado seja rico e abrangente.

Raciocínio Básico – 10 pontos	
a) A acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.	9,8
Comentários: <i>A compreensão é muito boa e traz informações aprofundadas das que já foram propostas no briefing. Achei muito interessante o campanha. O ponto negativo ficou por conta do erro de acentuação no "E".</i>	

A alta pontuação atribuída pelo julgador, apesar da falta de profundidade na proposta, sugere uma possível falta de entendimento sobre o que realmente deveria ser avaliado. Isso é preocupante, pois compromete a integridade e a objetividade do processo de avaliação.

O julgador destacou um "erro de acentuação no 'E'" como ponto negativo. No entanto, ao avaliar o "Raciocínio Básico", o foco deveria estar na qualidade e profundidade do raciocínio apresentado, e não em erros gramaticais. Embora a correção gramatical seja importante, ela não deve ser o critério primordial ao avaliar o mérito do raciocínio básico.

Em resumo, a avaliação realizada pelo Sr. Guilherme Eger Heinzen demonstra uma aparente falta de alinhamento com os critérios estabelecidos para avaliação do "Raciocínio Básico". A mistura de critérios e a possível superestimação da proposta da licitante N&N sugerem a necessidade de uma revisão cuidadosa do julgamento. É essencial garantir que o processo licitatório seja conduzido com transparência, justiça e aderência estrita aos critérios estabelecidos no instrumento convocatório.

A confusão entre os critérios de avaliação e a atribuição de uma nota desproporcionalmente alta para uma proposta breve e superficial são indicativos de que o processo de avaliação não foi conduzido de maneira justa e objetiva.

2. Ideia Criativa: O quesito "Ideia Criativa" tem como objetivo avaliar a originalidade, pertinência, simplicidade, exequibilidade, entre outros aspectos da proposta, conforme o edital e a lei preveem. No entanto, o julgador, Sr. Guilherme Eger Heinzen, desviou-se do foco principal ao citar aspectos relacionados à distribuição dos valores de mídia, que deveriam ser avaliados em um item subsequente. Tal abordagem sugere uma falta de compreensão dos critérios de avaliação, comprometendo a objetividade e a precisão do julgamento, *verbis*:

Ideia Criativa – 25 pontos
A ideia é criativa, inovadora, conectada com a realidade virtual e traz características do município de Mercedes. Porém, a distribuição dos valores poderia contemplar um pouco mais os meios de comunicação do município.

3. Estratégia de Mídia e Não Mídia: A avaliação da "Estratégia de Mídia e Não Mídia" visa analisar o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação, a capacidade analítica, a consistência do plano de mídia, entre outros aspectos.

Primeiramente, é evidente que o julgador se desviou do foco principal ao citar aspectos não pertinentes ao critério de avaliação em questão. Ao mencionar um "erro de português" como ponto negativo, o julgador demonstra uma clara falta de compreensão sobre o que deveria ser avaliado. O critério em questão era a "estratégia de mídia e não mídia", e não a correção gramatical das propostas.

Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos	
a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários.	0,9
b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	0,8
c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	1,9
d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura do Município de Mercedes.	1,8
e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	1,6
f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	1,7
Comentários: Um ponto negativo é um erro de português, falto de essência no "E", que sobre o slogan do mais, o som-ponto é evidente.	

Além disso, ao analisar a proposta da licitante N&N, percebe-se uma notável falta de detalhamento em seu plano de mídia. Enquanto outros concorrentes apresentaram planos detalhados, com cronogramas de distribuição e especificações claras, a N&N falhou em fornecer tais informações. É surpreendente que, mesmo com essa lacuna evidente em sua proposta, a N&N tenha sido avaliada de forma tão positiva pelo julgador.

A ausência de detalhamento e especificações no plano de mídia não é apenas uma falha técnica, mas também compromete a transparência e a eficácia da proposta. Sem um plano claro, fica difícil para a administração pública avaliar a viabilidade e a eficácia da estratégia proposta.

4. Inconsistências nas Atas: A integridade e a transparência são pilares fundamentais em qualquer processo de licitação. A confiança no sistema é construída com base na consistência e na clareza das

informações fornecidas ao longo do processo. Nesse contexto, a presença de discrepâncias nas notas publicadas em duas atas diferentes é motivo de grande preocupação.

Ata do dia 22/08/2023

Empresa	Plano de Comunicação
N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME	57,8
Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI	56,9
Potência Comunicação Digital Ltda	52,9
Dudacom Marketing Integrado EIRELI	51,8
Ramos & Pazini	52,7
Lucas Serapio Ferreira	48,5

Ata do dia 29/08/2023

Nº Envelope	Pontuação Total
01	56,9
02	53,6
03	48,5
04	57,0
05	53,1
06	51,8

Diante das incongruências identificadas na avaliação realizada pelo Sr. Guilherme Eger Heinzen, é evidente que houve desvios dos critérios estabelecidos no edital.

O princípio da isonomia, em particular, é fundamental para garantir que todos os licitantes sejam tratados de forma igualitária, sem favorecimentos ou prejuízos. A aparente falta de aderência aos critérios de avaliação por parte do julgador compromete esse princípio e coloca em xeque a integridade do processo licitatório.

Desta forma, considerando as evidências apresentadas e as irregularidades identificadas, é imperativo que as notas atribuídas pelo julgador sejam anuladas e que uma reavaliação seja realizada, garantindo assim a integridade, a transparência e a justiça do processo licitatório.

Dado o exposto, solicitamos formalmente a anulação das notas atribuídas pelo julgador Guilherme Eger Heinzen. Acreditamos que esta é uma medida necessária para garantir a justiça, a integridade e a transparência do processo de licitação. Além disso, é essencial que sejam tomadas medidas para revisar e, se necessário, corrigir o processo de avaliação, a fim de evitar tais inconsistências no futuro e garantir que todos os licitantes sejam avaliados de maneira justa e imparcial.

III. DOS PEDIDOS

Diante da fundamentação exposta, a Empresa POTENCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA requer:

a) O recebimento do presente RECURSO ADMINISTRATIVO, solicitando:

1. A DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA N&N, em virtude do não cumprimento do edital.
2. A DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA RAMOS & PAZINI, em virtude do não cumprimento do edital.
3. A DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA LUCAS SERAPIO, devido ao não cumprimento do edital.
4. A DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA BLANCOLIMA, pelo não cumprimento do edital.
5. Caso não entenda pela DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA N&N, requer-se A REVISÃO E REDUÇÃO DAS NOTAS da mesma, conforme os itens mencionados neste recurso.
6. A REVISÃO E MAJORAÇÃO DAS NOTAS DA EMPRESA POTENCIA, com base nos itens citados anteriormente neste recurso.
7. Caso não ocorra a desclassificação das empresas mencionadas, requer-se a nulidade do certame, fundamentada nos argumentos apresentados, considerando que a Comissão de Licitação não observou os itens do Edital, especialmente a Subcomissão, que não realizou o julgamento individualizado das propostas das empresas licitantes.

b) Que seja concedida a oportunidade de defesa às empresas licitantes antes da decisão final sobre este recurso.

Nestes termos, pede deferimento.

Documento datado e assinado digitalmente.



ADRIEL PAULO MOREIRA DE MELLO (Sep 5, 2023 16:28 ADT)

POTENCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA
Representado por Adriel Paulo Moreira de Mello

Recurso Potencia

Final Audit Report

2023-09-05

Created:	2023-09-05
By:	Adriel Paulo Moreira de Mello (melloadriel@gmail.com)
Status:	Signed
Transaction ID:	CBJCHBCAABAA0cyHIDzH30QDIFdoMksrDgyRt_UFLadw

"Recurso Potencia" History

-  Document created by Adriel Paulo Moreira de Mello (melloadriel@gmail.com)
2023-09-05 - 7:26:33 PM GMT- IP address: 189.121.201.233
-  Document emailed to adriel@agenciapotencia.com.br for signature
2023-09-05 - 7:27:08 PM GMT
-  Email viewed by adriel@agenciapotencia.com.br
2023-09-05 - 7:27:28 PM GMT- IP address: 189.121.201.233
-  Signer adriel@agenciapotencia.com.br entered name at signing as ADRIEL PAULO MOREIRA DE MELLO
2023-09-05 - 7:28:00 PM GMT- IP address: 189.121.201.233
-  Document e-signed by ADRIEL PAULO MOREIRA DE MELLO (adriel@agenciapotencia.com.br)
Signature Date: 2023-09-05 - 7:28:02 PM GMT - Time Source: server- IP address: 189.121.201.233
-  Agreement completed.
2023-09-05 - 7:28:02 PM GMT



Município de Mercedes

Estado do Paraná

PÁG.	ASS.
603	

ATA DE RECEBIMENTO DE RECURSO ADMINISTRATIVO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 129/2023 CONCORRÊNCIA N.º 2/2023

Às 07:30 (sete horas e trinta minutos) do dia 06 (seis) de setembro de 2023 (dois mil e vinte e três), os membros da Comissão Permanente de Licitações (doravante CPL), designados pela Portaria n.º 591/2022, que subscrevem a presente Ata, reuniram-se para proceder a análise do processamento de recursos interpostos relativos ao processo licitatório supra mencionado, em face da avaliação realizada pela Subcomissão Técnica, designada pela Portaria n.º 344/2023, do conteúdo do Envelope 01 - Plano de Comunicação - via não identificada e Envelope Nº 02 - Proposta Técnica - Plano de Comunicação - Via identificada, apresentados pelas empresas participantes. Assim sendo, tem-se que a empresa **Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI, CNPJ nº 72.491.186/0001-30**, em face da avaliação realizada pela Subcomissão Técnica, apresentou interposição recursal frente ao conteúdo do envelope anteriormente mencionado, referindo-se às empresas: a) Lucas Serapio Ferreira; b) N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME; e c) Potência Comunicação Digital Ltda., nos seguintes termos, em síntese: a) Lucas Serapio Ferreira: extrapolou o limite de peças e utilizou veículos distantes do objetivo do *briefing*; b) N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME: apresentou clientes atendidos por outras agências; identificou a autoria da proposta, por meio da relação fornecedor/cliente; raciocínio básico inconsistente e incompleto; apresentou *spot* acima de 30", conforme plano de mídia; apresentou página dupla de jornal, em desacordo com o plano de mídia; ultrapassou o valor limite estabelecido pelo *briefing*, peças de não mídia: sem quantidade e sem custo de distribuição; não incluiu o pagamento de imagens e cachês em seu plano de mídia; apresentou erro ortográfico em *slogam* de peças criativas; c) Potência Comunicação Digital Ltda.: previu veiculação em rádio comunitária, o que é proibido pela legislação; extrapolou o limite de peças; não respeitou a formatação exigida pelo edital; extrapolou o período de veiculação. A empresa **Potência Comunicação Digital Ltda, CNPJ nº 43.164.504/0001-50**, em face da avaliação realizada pela Subcomissão Técnica, apresentou interposição recursal frente ao conteúdo do envelope anteriormente mencionado, referindo-se às empresas: a) N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME; b) Ramos & Pazini; c) Lucas Serapio Ferreira; d) Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI, nos seguintes termos, em síntese: a) N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME: erros de conteúdo e estruturação; profundidade da proposta; inconsistências na peça gráfica; não conformidade com o Edital, especificamente no que se refere ao item 6.1.1.3 b.1; b) Ramos e Pazini: ausência de numeração; uso inconsistente de caixa alta; c) Lucas Serapio Ferreira: ausência de numeração em página; ausência de recuos na formatação e espaçamento entre linhas "simples"; d) Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI: utilização de caixa alta em palavras ou frases que não sejam os títulos descritos pelo edital; erro de margem. Aberta a sessão, decidiu a CPL por receber o recurso nos efeitos devolutivo e suspensivo, uma vez que presentes a legitimidade, o interesse, a tempestividade, a forma escrita, a fundamentação e o pedido de desclassificação das empresas indicadas. Deliberou, assim, pelo processamento do recurso, com a intimação das Recorridas para apresentação de contrarrazões, no prazo legal. Escoado dito prazo, com ou sem as contrarrazões, os autos deverão retornar a CPL, a fim de que convoque a Subcomissão



Município de Mercedes

Estado do Paraná

PÁG.	ASS.
604	

Técnica, a fim de que avalie o teor dos recursos e proceda revisões, dentre outras ações convenientes e pertinentes ao pleno andamento dos trâmites inerentes ao processo licitatório já indicado. Finda a sessão e nada mais havendo a constar, encerrou-se a presente ata que lida e achada conforme vai assinado por todos.

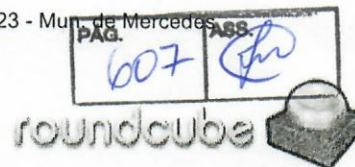
Comissão de Licitações:

Felipe Kauan Weber
Membro

Jaqueline Stein
Presidente

Jessica G. Finckler
Membro





Assunto **Re: Contrarrazões Concorrência/2023 - Mun. de Mercedes**
De grupo serapio <gruposerapio@gmail.com>
Para <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 06-09-2023 13:37

Boa tarde, tudo bem? Recebido!

Atenciosamente,
Nadine.

Em qua., 6 de set. de 2023 às 10:20, <licitacao@mercedes.pr.gov.br> escreveu:
Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028



Município de Mercedes

Estado do Paraná

CARTA DE INTIMAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 2/2023

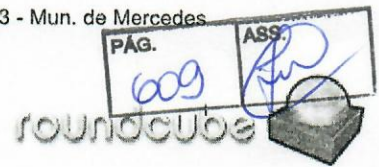
Fica a licitante abaixo listada devidamente intimada para, em querendo, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo interposto por **Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI, CNPJ nº 72.491.186/0001-30 e Potência Comunicação Digital Ltda, CNPJ nº 43.164.504/0001-50** (razões em anexo), no prazo de 05 (cinco) úteis, a contar do recebimento desta.

- Ramos & Pazini, CNPJ nº 10.598.778/0001-06

Os autos do procedimento permanecem com vista franqueada aos interessados, de segunda à sexta-feira, das 08:00h às 11:30h e das 13:00h às 17:00h, nas dependências do Paço Municipal.

Mercedes-PR, 06 de setembro de 2023

**PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÕES**



Assunto **Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Para Promovepropaganda <promovepropaganda@gmail.com>
Data 06-09-2023 10:21

- Intimação Ramos.pdf(~230 KB)
- Recurso Blancolima.pdf(~9,7 MB)
- Recurso Potência.pdf(~2,5 MB)

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

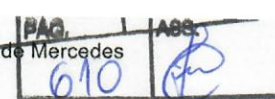
Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028



Assunto **Re: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De promove propaganda & marketing
<promovepropaganda@gmail.com>
Para <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 06-09-2023 13:35



Recebido e não iremos apresentar recursos

Em qua., 6 de set. de 2023 às 10:22, <licitacao@mercedes.pr.gov.br> escreveu:

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028

--





Município de Mercedes

Estado do Paraná

PÁG.	ASS.
611	<i>[Handwritten Signature]</i>

CARTA DE INTIMAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 2/2023

Fica a licitante abaixo listada devidamente intimada para, em querendo, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo interposto por **Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI, CNPJ nº 72.491.186/0001-30** (razões em anexo), no prazo de 05 (cinco) úteis, a contar do recebimento desta.

- Potência Comunicação Digital Ltda, CNPJ nº 43.164.504/0001-50

Os autos do procedimento permanecem com vista franqueada aos interessados, de segunda à sexta-feira, das 08:00h às 11:30h e das 13:00h às 17:00h, nas dependências do Paço Municipal.

Mercedes-PR, 06 de setembro de 2023

Jaqueline Stein
Jaqueline Stein

**PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÕES**



Assunto **Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Para Adriel <adriel@potencia.art.br>, Adriel Mello <adriel@agenciapotencia.com.br>
Data 06-09-2023 10:24

- Intimação Potência.pdf(~229 KB)
- Recurso Blancolima.pdf(~9,7 MB)

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028

Assunto **Read: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De Adriel Mello <adriel@agenciapotencia.com.br>
Para <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 06-09-2023 10:27



PAG.	ASS.
013	

Sua mensagem

Para: "Adriel", "Adriel Mello"
Assunto: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes
Enviadas: Qua, 06 set 2023 10:24:32 -0300

foi lida em Wed, 06 Sep 2023 10:27:46 -0300



Município de Mercedes

Estado do Paraná

PÁG.	ASS.
614	

CARTA DE INTIMAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 2/2023

Fica a licitante abaixo listada devidamente intimada para, em querendo, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo interposto por **Potência Comunicação Digital Ltda, CNPJ nº 43.164.504/0001-50** (razões em anexo), no prazo de 05 (cinco) úteis, a contar do recebimento desta.

- Biancolima Comunicação e Marketing EIRELI, CNPJ nº 72.491.186/0001-30

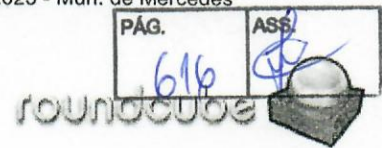
Os autos do procedimento permanecem com vista franqueada aos interessados, de segunda à sexta-feira, das 08:00h às 11:30h e das 13:00h às 17:00h, nas dependências do Paço Municipal.

Mercedes-PR, 06 de setembro de 2023

Jaqueline Stein

**PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÕES**

Assunto **Fwd: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Para <recepcao@blancolima.com.br>
Data 06-09-2023 13:49



- Intimação Blancolima.pdf(~214 KB)
- Recurso Potência.pdf(~2,5 MB)

----- Mensagem original -----

Assunto: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes
Data: 06-09-2023 10:23
De: licitacao@mercedes.pr.gov.br
Para: Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028

Assunto **Confirmação de leitura (exibida) - Fwd: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**

De Administrativo/ Financeiro | Agência BlancoLima
<recepcao@blancolima.com.br>

Para <licitacao@mercedes.pr.gov.br>

Data 06-09-2023 13:51



- MDNPart2.txt(~288 B)
- MDNPart3.txt(~2 KB)

Esta é uma confirmação de leitura da mensagem que você enviou para recepcao@blancolima.com.br.

Nota: Esta confirmação de leitura somente informa que a mensagem foi aberta no computador do destinatário. Não há garantia de que o destinatário tenha lido ou compreendido o conteúdo da mensagem.

--

O software antivírus Avast realizou uma checagem de vírus neste e-mail.
www.avast.com

Reporting-UA: Mozilla/5.0 (Windows NT 10.0; Win64; x64; rv:102.0) Gecko/20100101 Thunderbird/102.10.1
Final-Recipient: rfc822;recepcao@blancolima.com.br
Original-Message-ID: <2ea1317628adefbc0354fb75f09d7603@mercedes.pr.gov.br>
Disposition: manual-action/MDN-sent-manually; displayed

Return-Path: <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Delivered-To: recepcao@blancolima.com.br
Received: from server.hostcaos.com.br
by server.hostcaos.com.br with LMTP
id mEF9Ju0t+GSwkyQA2fM+RQ
(envelope-from <licitacao@mercedes.pr.gov.br>)
for <recepcao@blancolima.com.br>; Wed, 06 Sep 2023 13:50:43 -0300
Return-path: <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Envelope-to: recepcao@blancolima.com.br
Delivery-date: Wed, 06 Sep 2023 13:50:43 -0300
Received: from cpanel14-1.tryideas.com.br ([187.73.184.95]:43948)
by server.hostcaos.com.br with esmtps (TLS1.2) tls TLS_ECDHE_RSA_WITH_AES_256_GCM_SHA384
(Exim 4.96)
(envelope-from <licitacao@mercedes.pr.gov.br>)
id 1qdvjn-00A7qp-1I
for recepcao@blancolima.com.br;
Wed, 06 Sep 2023 13:50:43 -0300
Received: from [::1] (port=45856 helo=cpanel14-1.tryideas.com.br)
by cpanel14-1.tryideas.com.br with esmtpa (Exim 4.96)
(envelope-from <licitacao@mercedes.pr.gov.br>)
id 1qdvj5-00086n-2t
for recepcao@blancolima.com.br;
Wed, 06 Sep 2023 13:49:59 -0300
MIME-Version: 1.0
Date: Wed, 06 Sep 2023 13:49:59 -0300
From: licitacao@mercedes.pr.gov.br
To: recepcao@blancolima.com.br
Subject: =?UTF-8?Q?Fwd=3A_Contrarraz=C3=B5es_Concorr=C3=AAnCIA_2/2023_-_M?=
=?UTF-8?Q?un=2E_de_Mercedes?=
In-Reply-To: <31383ce7bb32218968ef76938deeee21@mercedes.pr.gov.br>
References: <31383ce7bb32218968ef76938deeee21@mercedes.pr.gov.br>
User-Agent: Roundcube Webmail/1.6.0
Message-ID: <2ea1317628adefbc0354fb75f09d7603@mercedes.pr.gov.br>
X-Sender: licitacao@mercedes.pr.gov.br
Disposition-Notification-To: licitacao@mercedes.pr.gov.br
Content-Type: multipart/mixed;
boundary="=_36a6330729af21a5c2a75a28c2be3156"
X-AntiAbuse: This header was added to track abuse, please include it with any abuse report
X-AntiAbuse: Primary Hostname - cpanel14-1.tryideas.com.br
X-AntiAbuse: Original Domain - blancolima.com.br
X-AntiAbuse: Originator/Caller UID/GID - [47 12] / [47 12]
X-AntiAbuse: Sender Address Domain - mercedes.pr.gov.br
X-Get-Message-Sender-Via: cpanel14-1.tryideas.com.br: authenticated_id: licitacao@mercedes.pr.gov.br

06/09/2023, 13:53

Roundcube Webmail :: Confirmação de leitura (exibida) - Fwd: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes

X-Authenticated-Sender: cpanel14-1.tryideas.com.br: licitacao@mercedes.pr.gov.br

X-Source:

X-Source-Args:

X-Source-Dir:

X-MagicSpam-TUUID: af529215-4ea5-4df7-9d58-5e5b53dd90e1

X-MagicSpam-SUUID: fd874117-c371-4c03-bb74-005b7e670d68





Município de Mercedes

Estado do Paraná

CARTA DE INTIMAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 2/2023

Fica a licitante abaixo listada devidamente intimada para, em querendo, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo interposto por **Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI**, CNPJ nº 72.491.186/0001-30 e **Potência Comunicação Digital Ltda**, CNPJ nº 43.164.504/0001-50 (razões em anexo), no prazo de 05 (cinco) úteis, a contar do recebimento desta.

- **Dudacom Marketing Integrado EIRELI**, CNPJ nº 24.811.536/0001-55

Os autos do procedimento permanecem com vista franqueada aos interessados, de segunda à sexta-feira, das 08:00h às 11:30h e das 13:00h às 17:00h, nas dependências do Paço Municipal.

Mercedes-PR, 06 de setembro de 2023

Jaqueline Stein

**PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÕES**



Assunto **Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Para Licitacao <licitacao@dudacom.net>
Data 06-09-2023 10:20

roundcube



- Intimação Dudacom.pdf(~231 KB)
- Recurso Blancolima.pdf(~9,7 MB)
- Recurso Potência.pdf(~2,5 MB)

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

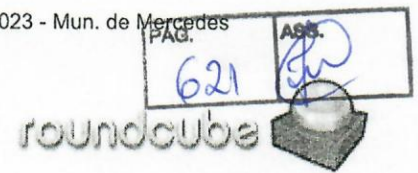
Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028



Assunto **Re: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De Licitação Dudacom <licitacao@dudacom.net>
Para <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 06-09-2023 14:23

Recebido, obrigada!

Em qua., 6 de set. de 2023 às 10:20, <licitacao@mercedes.pr.gov.br> escreveu:

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028



Município de Mercedes

Estado do Paraná

CARTA DE INTIMAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 2/2023

Fica a licitante abaixo listada devidamente intimada para, em querendo, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo interposto por **Blancolima Comunicação e Marketing EIRELI**, CNPJ nº 72.491.186/0001-30 e **Potência Comunicação Digital Ltda**, CNPJ nº 43.164.504/0001-50 (razões em anexo), no prazo de 05 (cinco) úteis, a contar do recebimento desta.

- **N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda ME**, CNPJ nº 13.451.228/0001-40

Os autos do procedimento permanecem com vista franqueada aos interessados, de segunda à sexta-feira, das 08:00h às 11:30h e das 13:00h às 17:00h, nas dependências do Paço Municipal.

Mercedes-PR, 06 de setembro de 2023

Jaqueline Stein

**PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÕES**



Assunto **Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Para Nnagencia <nnagencia@hotmail.com>
Data 06-09-2023 10:19

- Intimação N&N.pdf(~232 KB)
- Recurso Blancolima.pdf(~9,7 MB)
- Recurso Potência.pdf(~2,5 MB)

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

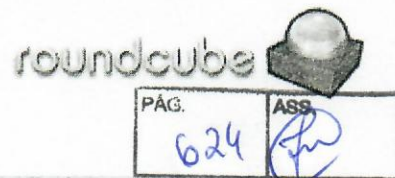
A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028

Assunto **RE: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De N N Agência de Publicidade <nnagencia@hotmail.com>
Para licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 06-09-2023 14:14



Boa tarde,

Email recebido.

Grata.

At.te
Juliana

De: licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>

Enviado: quarta-feira, 6 de setembro de 2023 11:19

Para: Nnagencia <nnagencia@hotmail.com>

Assunto: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

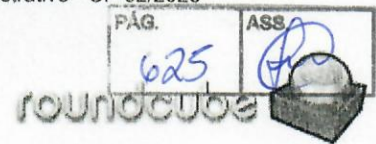
Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.

A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos
Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028



Assunto **Contrarrazões ao Recurso Administrativo - CP 02/2023**
De Alisson Ramos da Luz <alisson_rl@hotmail.com>
Para licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Cópia Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>
Data 14-09-2023 08:05

- Contrarrazões CP 02_2023 Mercedes_(1).pdf(~2,0 MB)

À Comissão Permanente de Licitação do Município de Mercedes/PR,

Bom dia,

Seguem as contrarrazões da licitante Blancolima ao recurso interposto pela licitante Potência, relativo à Concorrência n° 02/2023, cujo objeto é a contratação de agência de propaganda para prestar serviços de publicidade.

Favor confirmar o recebimento deste e-mail.

Att.

Alisson Ramos da Luz
Advogado - OAB/PR 106440

À Comissão Permanente de Licitação do Município de Mercedes/PR

Concorrência nº 02/2023

Blancolima Comunicação e Marketing Eireli, já qualificada neste processo, por seu advogado, vem respeitosamente perante essa D. Comissão, com amparo no art. 109, §3º, da Lei nº 8.666/93 e em resposta à carta de intimação recebida, para apresentar

CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

interposto pela licitante *Potência Comunicação Digital Ltda.* (adiante apenas “Potência” ou “recorrente”), conforme passa a expor.

1. Síntese do Recurso

Na peça recursal, a Potência alega supostos erros encontrados nas propostas de quatro licitantes, incluindo esta contrarrazoante, e requer a desclassificação de todos eles, além da revisão e majoração de sua própria nota, ou, alternativamente, a nulidade do certame pela suposta falta de julgamento individualizado.

Especificamente quanto à proposta da Blancolima, a recorrente aponta dois supostos erros: (1) uso de caixa alta em palavras ou frases que não sejam os títulos; (2) erro de margem.

Tais apontamentos são fruto de mero inconformismo e denotam a equivocada intenção subjacente da Potência: “ou eu venço ou ninguém vence”. Conforme se demonstrará a seguir, são improcedentes as alegações da recorrente.

2. Supostos erros na proposta da Biancolima

2.1. Utilização de caixa alta em palavras ou frases que não sejam os títulos

Segundo a recorrente, “o edital é explícito ao determinar que apenas os títulos ‘raciocínio básico, ideia criativa, plano de mídia e não mídia’ devem ser apresentados em caixa alta. A utilização de caixa alta em palavras ou frases que não sejam os títulos previstos pelo edital pode comprometer a isonomia do certame, ao permitir a identificação do licitante”.

Ocorre que a Potência não disse qual item específico do edital teria sido violado. E não o fez porque inexistente, no edital, qualquer dispositivo que estabeleça regra explícita quanto ao uso de caixa alta. Logo, a afirmação da recorrente é falsa e beira a má-fé.


Veja-se abaixo as regras para elaboração da proposta/plano de comunicação:

até a data limite designada para o protocolo dos envelopes.

O Plano de Comunicação – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

1. Em papel A4, branco;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;
3. Com espaçamento 1,0 entre as linhas;
4. Com texto em fonte “arial”, tamanho 12;

Rua Dr. Osvaldo Cruz, 555 – Fone/Fax (45)3256-8000 – CEP 85998-000 – Mercedes – PR
e-mail: licitacao@mercedes.pr.gov.br – CNPJ 95.719.373/0001-23
www.mercedes.pr.gov.br
Página | 6



Município de Mercedes
Estado do Paraná

Edital de Concorrência nº 2/2023
Processo Licitatório nº 129/2023

5. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
6. Em caderno único, encadernado em espiral preto;
7. Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

A recorrente inventou uma regra que não consta no edital para induzir em erro a Comissão de Licitação, de modo que sua pretensão não possui qualquer fundamento, razão pela qual é descabida e deve-se negar provimento ao recurso.

2.2. Erro de margem

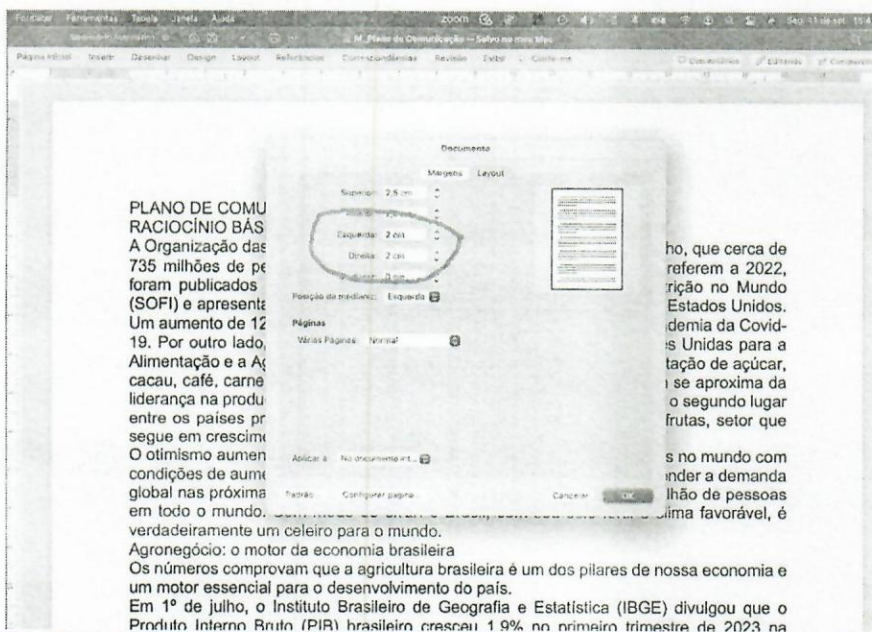
Assevera a recorrente que o edital, ao estabelecer margens específicas, busca garantir uniformidade às propostas e evitar mecanismos de identificação de autoria. Segundo a Potência, “o edital estabelece que as margens devem ser de 2cm para superior, inferior, direita e esquerda”, afirmando ainda que a “margem esquerda da proposta apresentada por BLANCOLIMA não possui os 2 cm estipulados, desrespeitando assim as diretrizes estabelecidas e comprometendo a uniformidade e a legibilidade da proposta.”

Mais uma vez, a recorrente inventa regras e tenta induzir em erro a Comissão. O edital não estabelece margem de 2cm para “superior, inferior, direita e esquerda” como afirma a Potência. O espaçamento de 2 cm é pedido apenas nas margens esquerda e direita, a partir da borda, conforme disposto no item 5.3.1.a.2 do edital. Veja-se:

O Plano de Comunicação – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

1. Em papel A4, branco;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;

Some-se a isso que a Blancolima atendeu a exigência quanto ao espaçamento, o que se prova pelo print de tela que mostra a configuração do documento. Veja-se:



Fazer a captura de tela quando configura o arquivo é medida que a Blancolima adota por hábito e método preventivo, seja para atender as regras do edital e demonstrar o zelo e preocupação com elas ou para comprovar o cumprimento de tais regras.

Deste modo, a Blancolima reafirma que atendeu a exigência de espaçamento de 2 cm na margem esquerda e, portanto, cumpriu o edital, de forma que o recurso deve ser julgado improcedente também neste ponto.

3. Sobre a avaliação da Subcomissão Técnica – notas e justificativas

Exceto as falhas da Subcomissão já demonstradas no recurso da Blancolima, o restante da análise e julgamento das propostas está em conformidade, pois atende ao que estabelece a Lei nº 12.232/10, notadamente o artigo 11:

Art. 11 (...)

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - **análise individualizada e julgamento do plano de comunicação** publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - **elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;**

V - **análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - **elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;** *grifo nosso*

Nesse sentido, a Subcomissão Técnica elaborou e apresentou as atas de julgamento dos invólucros nº 1 e 3 da Concorrência, que se fizeram acompanhar das tabelas de pontuação e das justificativas individualizadas para as notas.

Desta forma, inobstante as falhas já apontadas pela contrarrazoante em seu recurso e que ensejam a revisão de algumas decisões, nenhuma delas implica em nulidade do julgamento ou do certame.

4. Dos pedidos

Diante do exposto, requer o recebimento destas contrarrazões, uma vez que tempestiva e preenche os pressupostos legais, bem como seu acolhimento para o fim de negar provimento ao recurso administrativo da licitante Potência.

Por fim, reitera e ratifica integralmente o teor de seu recurso administrativo.

Nestes termos, pede deferimento.

De Curitiba/PR para Mercedes/PR, em 14 de setembro de 2023.

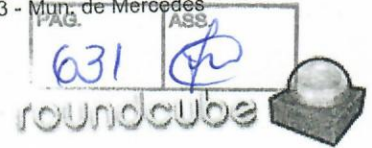
assinado eletronicamente

Alisson Ramos da Luz

Advogado OAB/PR 106440

15/09/2023, 16:43

Roundcube Webmail :: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes



Assunto **Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De Adriel Mello <adriel@agenciapotencia.com.br>
Para licitacao <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Cópia Contato Agência Potencia <contato@agenciapotencia.com.br>,
Contato Agência Potencia <melloadriel@gmail.com>
Data 15-09-2023 16:05

- CONTRARECURSO POTENCIA.pdf(~801 KB)

Boa tarde.

Em anexo as contrarrazões referente ao processo licitatório.

Favor confirmar o recebimento.



À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MERCEDES/PR

Concorrência n° 02/2023

POTÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA., devidamente qualificada nos autos do processo licitatório em epígrafe, por seu representante legal, vem, respeitosamente à presença de desta comissão permanente de licitação apresentar:

CONTRARRAZÕES

Ao recurso interposto por licitante, conforme item 16.6.1 do edital, fazendo-o pelas razões a seguir expostas:

1. PRELIMINARMENTE: NÃO CONHECIMENTO DO RECURSO CONFORME ITEM 16.6.3

Ao analisar o recurso interposto pela licitante **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI**, no contexto do presente processo licitatório, é imperativo ressaltar a necessidade de estrita aderência às normativas e prazos delineados no edital que orienta este certame. O item 16.6.3 do edital é explícito em suas diretrizes, definindo criteriosamente as circunstâncias sob as quais um recurso será considerado e avaliado pela Comissão Permanente de Licitação.

O mencionado dispositivo estipula que: "Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou **subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.**"

A clareza desta disposição visa garantir que qualquer recurso seja assinado por um representante devidamente habilitado e reconhecido no processo como representante oficial da licitante, assegurando, assim, a veracidade e legitimidade das alegações formuladas.

Diante do exposto, é imperativo que todos os recursos apresentados observem rigorosamente as disposições do edital. Portanto, requer-se o não conhecimento do recurso interposto pela **Recorrente** por descumprir requisito exigido pelo edital.

Caso a preliminar aqui apresentada não seja acolhida por esta Comissão, respeitosamente, passamos a abordar os méritos do recurso interposto pela licitante ora Recorrente, a fim de garantir que todos os aspectos relevantes sejam devidamente considerados.

2. RAZÕES PARA IMPROVIMENTO DO RECURSO

A empresa **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI**, atuando como recorrente, interpôs recurso visando questionar as propostas apresentadas por seus concorrentes no atual processo licitatório. Especificamente em relação à empresa **POTÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA**, foram levantadas as seguintes alegações:

1. *Previu veiculação em rádio comunitária, o que é proibido pela legislação;*
2. *Extrapolou o limite de peças;*
3. *Não respeitou a formatação exigida pelo edital;*
4. *Extrapolou o período de veiculação;*

Desta forma, com o intuito de refutar as alegações apresentadas pela Recorrente, procederemos com uma análise criteriosa e detalhada dos aspectos mencionados. Esta avaliação tem como objetivo proporcionar esclarecimentos e afastar qualquer aplicação de penalidade à agência Recorrida.

2.1. ALEGAÇÃO DE SUPOSTA VIOLAÇÃO A LEI Nº 9.612/98 (RÁDIO COMUNITÁRIA)

A Lei nº 9.612/98, que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, não estabelece uma proibição absoluta quanto à veiculação de publicidade em rádios comunitárias. **O que a referida legislação veda, de forma específica, é a veiculação de publicidade com objetivos lucrativos.** Assim, não se pode presumir, de maneira automática, que toda e qualquer publicidade veiculada em rádios comunitárias seja contrária à lei.

O art. 18 da Lei 9.612/98 estabelece que *“as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.”* Esta disposição legal evidencia que não há proibição absoluta de patrocínio em rádios comunitárias, mas sim uma limitação quanto à forma e ao alcance desse patrocínio.

A Portaria 4.334/2015 do Ministério das Comunicações, que regulamenta a Lei 9.612/98, é ainda mais clara ao definir os contornos do que pode ser considerado patrocínio em rádios comunitárias. O art. 106 desta Portaria estabelece que a entidade autorizada pode veicular mensagem institucional de patrocinador que colaborar na forma de apoio cultural, sendo vedada a transmissão de propaganda ou publicidade comercial. O parágrafo único do mesmo artigo define que, para fins de Serviço de Radiodifusão Comunitária, a propaganda ou publicidade comercial é caracterizada pela divulgação de preços e condições de pagamento.

A legislação faz uma clara distinção entre o apoio cultural e a publicidade comercial. Enquanto a publicidade comercial tem um evidente intuito lucrativo e é caracterizada pela divulgação de produtos, serviços, preços e condições de venda, o apoio cultural refere-se à menção aos patrocinadores por meio de mensagem institucional ou referência de suporte às atividades desenvolvidas pelo veículo de comunicação.

Assim, com base em alegações imprecisas e desprovidas de fundamentação concreta, a agência **BLANCOLIMA** tenta desqualificar a agência **POTÊNCIA** sem justificativa plausível. A decisão da

Subcomissão em preservar a participação da agência Potência no processo licitatório é acertada, visto que não se identifica qualquer transgressão legal. O que se observa, conforme apontado pelo membro da Subcomissão Técnica, Guilherme Heinzen, é uma ressalva quanto ao uso de meios de Entre Rios do Oeste, que impactou na pontuação atribuída, mas não configura ilegalidade.

2.2. ALEGAÇÃO DE SUPOSTA VIOLAÇÃO AO LIMITE DE PEÇAS

As alegações apresentadas pela Recorrente são notoriamente infundadas e carecem de embasamento concreto. Uma análise criteriosa e objetiva da lista de peças exemplificadas submetida pela Recorrida revela claramente a existência de exatamente 10 peças, conforme estipulado pelo item 6.1.1.3.a. do edital.

As peças são as seguintes: 1. Anúncio em revista, 2. Outdoor, 3. Anúncio em jornal, 4. Folder, 5. Impresso Interativo, 6. Spot de 30" para rádio, 7. Vídeo Promo – Storyboard, 8. Post para Rede Social no formato Carrossel, 9. Banner Pop Up e 10. Banner para Google Display, veja-se:

PEÇAS EXEMPLIFICADAS

Anúncio Revista: 1 página (21,0cm x 28,0cm). Anúncio colorido retratando agricultores locais e colheitas, destacando o orgulho e compromisso;

Outdoor: 9m x 3m (lona). Imagem de campo fértil refletindo a visão verde tendo como referência o anúncio de revista;

Anúncio Jornal: 1 / 2 página (26 cm por 17 cm). Painel de fotos de agricultores locais, produtos e ambiente, ressaltando colaboração.

Folder: 15cm x 21cm. Material detalhando práticas agrícolas e agro negócio com gráficos ilustrativos.

Impresso Interativo: A4 (21cm x 29,7cm). Material educativo para crianças explorando a importância da agricultura de forma envolvente.

Spot 30" para rádio: Narrações emocionantes de agricultores com sons de máquinas e natureza, conectando-se com ouvintes.

Vídeo Promo - Storyboard: 1920x1080 (Reels / Story). Vídeo cativante mostrando a jornada da agricultura, da preparação à colheita.

Post Rede Social Carrossel: 1080px por 1080px (proporção 1:1). Série de postagens com histórias de agricultores, proporcionando uma jornada visual.

Banner Pop Up: 500px por 350px. Destaque no site oficial mergulhando no mundo agrícola e promissor de Mercedes.

Banner Google Display 300px por 100px: Será um convite interativo para explorar a agricultura de Mercedes.

É lamentável que a agência Recorrente, em uma tentativa desesperada de desqualificar sua concorrente, recorra a alegações completamente fantasiosas, sem sequer se dar ao trabalho de fundamentá-las adequadamente. Tal comportamento, além de demonstrar má-fé, beira o absurdo e compromete a seriedade e a integridade do processo licitatório. Espera-se que a Comissão de Licitação avalie tais alegações com o devido rigor e discernimento, garantindo a justiça e a transparência do certame.

2.3. ALEGAÇÃO DE SUPOSTO DESRESPEITO À FORMATAÇÃO EXIGIDA NO EDITAL

Inicialmente, deve ser esclarecido ponto importante sobre a utilização de capa e contracapa. A capa e a contracapa são elementos tradicionais na apresentação de documentos formais, sendo amplamente utilizadas em diversos contextos acadêmicos, profissionais e institucionais. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que é a entidade responsável por definir padrões técnicos no

Brasil, reconhece e prevê a utilização de capa e contracapa em seus padrões de formatação de trabalhos acadêmicos e documentos técnicos.

Ao se ater a essa prática, a agência POTÊNCIA não fez mais do que seguir uma convenção amplamente aceita e reconhecida no meio profissional e acadêmico. A **ausência de proibição expressa no edital** sobre a utilização de capa e contracapa reforça a ideia de que a licitante agiu dentro da normalidade e das expectativas razoáveis de qualquer participante do certame.

Além disso, é importante destacar que o edital, enquanto instrumento convocatório, deve ser claro e preciso em suas exigências. Se determinada prática, como a utilização de capa e contracapa, não foi expressamente proibida ou desencorajada pelo edital, não se pode, a posteriori, penalizar uma licitante por adotá-la. Fazer isso seria contraproducente e iria contra os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e da segurança jurídica.

Em suma, *a alegação de descumprimento do edital com base na utilização de capa e contracapa é infundada. A prática, além de ser amplamente aceita e reconhecida, não foi proibida pelo edital. Assim, não há razão para penalizar ou desclassificar a licitante com base nesse argumento.*

Quanto à alegação de descumprimento das medidas estabelecidas para as margens, é fundamental destacar que a medição realizada pela Recorrente carece de precisão e objetividade. A forma como a régua foi posicionada, levando em consideração as bordas das páginas inferiores, compromete a exatidão da medição. Além disso, a régua utilizada para tal medição pertence à própria recorrente, o que levanta questionamentos sobre sua validade e a lisura da medição.

Ademais, a interpretação de margem adotada pela Recorrente não encontra respaldo no edital. O documento não especifica, em momento algum, a forma como as margens devem ser medidas, deixando espaço para interpretações diversas.

Ao analisar o edital, percebe-se que o documento não estabelece, de maneira clara e objetiva, a metodologia ou técnica específica para a medição das margens. A ausência de tal especificação abre espaço para diferentes abordagens e entendimentos sobre como a medição deve ser realizada.

Em contextos como este, onde o edital não fornece diretrizes claras, é essencial que a interpretação seja feita de maneira ampla e não restritiva, a fim de garantir a isonomia e a equidade entre todos os participantes.

Portanto, a interpretação adotada pela Recorrente, ao não encontrar respaldo no edital, não pode ser utilizada como critério para desclassificação ou penalização de qualquer licitante.

Quanto à **alegação de que a forma de espaçamento das margens serviu como uma "marca" de identificação** entre as concorrentes, é importante ressaltar que tal argumento não se sustenta. O inciso XIV do art. 6.º da Lei n.º 12.232/2010 estabelece critérios claros para desclassificação de propostas, e a forma de espaçamento adotada pela licitante não se enquadra em nenhum deles.

Além disso, é fundamental entender que a Lei n.º 12.232/2010 visa garantir a isonomia e a imparcialidade no processo licitatório, evitando que qualquer licitante tenha vantagem indevida sobre os demais. No entanto, a forma de espaçamento de um documento, que é uma característica intrínseca e não intencional, dificilmente poderia ser usada para conferir tal vantagem.

Portanto, a tentativa de enquadrar a formatação da agência POTÊNCIA como uma "marca" de identificação, e assim justificar a desclassificação da licitante, é uma interpretação excessivamente

restritiva e desalinhada com o espírito e a letra da Lei n.º 12.232/2010. Tal alegação não apenas desconsidera o propósito central da legislação, como também introduz um critério de desclassificação que não está previsto no instrumento convocatório, o que vai contra os princípios da legalidade e da vinculação ao edital.

2.4. ALEGAÇÃO DE SUPOSTO DESCUMPRIMENTO DO PERÍODO DE VEICULAÇÃO

Primeiramente, é fundamental esclarecer que o edital é claro ao estipular um período de "2 meses" para veiculação. Importante ressaltar que a expressão "2 meses" não é sinônima de "60 dias". Dependendo do mês em questão, dois meses podem compreender um total de 59, 60 ou 61 dias. Portanto, a alegação de que houve uma extrapolação do período estabelecido baseia-se em uma interpretação equivocada e restritiva do edital.

No que tange à Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela licitante, foi mencionado que a campanha seria veiculada entre os dias 1º de outubro a 30 de novembro de 2023, totalizando exatamente 2 meses. A eventual discrepância observada na planilha geral, que indica o início da campanha em 1º de setembro e encerramento em 30 de outubro de 2023, não pode ser utilizada como fundamento para desclassificação, visto que o período também compreende 2 meses.

A definição de "2 meses" no edital não especifica quais meses devem ser considerados, apenas determina a duração total do período de veiculação. Cada mês, dependendo de sua composição, pode ter 28, 30 ou 31 dias. Assim, ao se referir a "2 meses", o edital permite uma variação na quantidade total de dias, que pode ser de 59 a 62 dias, dependendo dos meses escolhidos para a veiculação.

No caso em tela, a Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta pela licitante estabelece a veiculação da campanha entre os dias 1º de outubro e 30 de novembro de 2023. Este período abrange exatamente 61 dias, estando, portanto, dentro do limite estipulado pelo edital.

Por outro lado, a discrepância observada na planilha geral, que aponta para um período de veiculação entre 1º de setembro e 30 de outubro de 2023, também totaliza 61 dias. Ambos os períodos, embora distintos, respeitam a duração de "2 meses" prevista no edital.

É fundamental compreender que o edital não estabelece uma rigidez quanto à contagem exata de dias, mas sim uma flexibilidade inerente à variação dos meses do calendário. Assim, qualquer tentativa de desclassificação da licitante com base em uma interpretação restritiva e literal da duração em dias seria injusta e contrária ao princípio da razoabilidade.

Além disso, é importante destacar que a eventual discrepância entre os documentos apresentados não implica em uma violação das regras do certame, mas sim em uma inconsistência que pode ser facilmente esclarecida e ajustada, sem prejuízo à concorrência ou ao objeto da licitação.

Dessa forma, não se verifica qualquer violação ao edital no que se refere ao período de veiculação. A tentativa de desqualificar a licitante POTÊNCIA com base em tais alegações carece de fundamento jurídico e fático. Ademais, não se pode presumir falhas na avaliação da Subcomissão sem evidências concretas de irregularidades.

Assim, reitera-se que a licitante POTÊNCIA cumpriu rigorosamente as disposições editalícias e, portanto, não há razão para sua desclassificação ou redução nas notas atribuídas.

3. CONCLUSÃO E PEDIDOS

Diante de todas as alegações apresentadas e dos argumentos expostos, fica evidente que as tentativas da empresa Recorrente de desqualificar a agência Recorrida são infundadas e carecem de embasamento jurídico e fático.

As alegações da Recorrente se baseiam em interpretações restritivas e equivocadas do edital, que não encontram respaldo na legislação aplicável e nos princípios que regem a licitação pública.

Portanto, requer-se:

- 1) Preliminarmente, com base no item 16.6.3 do edital, solicita-se a esta Comissão Permanente de Licitação que não receba o recurso apresentado pela licitante BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, tendo em vista o não cumprimento das disposições estabelecidas no referido item do edital.
- 2) Caso não acolhida a preliminar suscitada, requer-se a rejeição das alegações apresentadas pela empresa BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, por serem desprovidas de fundamentação concreta e por não demonstrarem qualquer irregularidade ou descumprimento das normas aplicáveis;
- 3) A manutenção da participação da agência POTÊNCIA no processo licitatório, sem qualquer penalização ou redução nas notas atribuídas, garantindo-se a justiça, a isonomia e a transparência do certame;
- 4) Que sejam tomadas todas as medidas necessárias para assegurar a continuidade do processo licitatório de forma justa e equânime, respeitando-se os direitos e interesses de todos os participantes.

Por fim, confia-se na retidão e imparcialidade da Comissão de Licitação para avaliar os fatos apresentados e tomar a decisão mais justa e alinhada aos princípios que regem a administração pública.

Pede deferimento.

Documento datado e assinado digitalmente.



POTÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA

ADRIEL PAULO MOREIRA DE MELLO

Assunto **RE: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes**
De N N Agência de Publicidade <nnagencia@hotmail.com>
Para licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Data 18-09-2023 15:34



- Contrarrazoes recurso adm concorrência N&N.pdf(~1,2 MB)

Boa tarde, segue em anexo nossa CONTRARRAZÃO REF. AO PROCESSO LICITATORIO DE CONCORRENCIA 02/2023, DENTRO DO PRAZO ESTIPULADO.

Aguardamos a confirmação de recebimento.

Desde já agradecemos.



At.te

De: N N Agência de Publicidade <nnagencia@hotmail.com>
Enviado: quarta-feira, 6 de setembro de 2023 15:14
Para: licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Assunto: RE: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes

Boa tarde,

Email recebido.

Grata.

At.te
Juliana

De: licitacao@mercedes.pr.gov.br <licitacao@mercedes.pr.gov.br>
Enviado: quarta-feira, 6 de setembro de 2023 11:19
Para: Nnagencia <nnagencia@hotmail.com>
Assunto: Contrarrazões Concorrência 2/2023 - Mun. de Mercedes

Bom dia.

Em anexo, intimação para apresentação de contrarrazões, referente aos recursos interpostos para o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência nº 2/2023.

Acompanha a intimação, anexos contendo as razões apresentadas por empresas participantes do procedimento já mencionado.


A contar da presente data (06/09), as contrarrazões devem ser apresentadas até 18/09/2023.

FAVOR ACUSAR RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

At.te

Setor de Licitações e Contratos

Mun. de Mercedes/PR
(45) 3256-8028

PAG.	ASS.
639	

À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MERCEDES/PR

Ref: CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 002/2023

PROCESSO LICITATÓRIO n° 129/2023

N&N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n. 13.451.228/0001-40, com sede administrativa na Avenida Brasil, 910, apt.01, centro, Santa Helena-PR, neste ato representado por seu sócio administrador **EVANDRO RODRIGO NECKEL**, brasileiro, solteiro, empresário, portador do Registro Geral n° 7.509.231-8 SESP/PR e inscrito no CPF n° 028.809.859-51, residente e domiciliado na Rua Surubi, 260, Condomínio Marinas, cidade de Santa Helena, Paraná, CEP 85892-000, VEM, com o habitual respeito, e com fulcro no artigo 109, § 3° e artigo 110, ambos da Lei 8.666/93 e item 16.1.1 do Edital de Concorrência Pública, apresentar.



N&N
PUBLICIDADE
PROPAGANDA

PAG. 641 ASS.

☎ 45 3268.1905
☎ 45 9 8422.2222
📍 Av. Brasil, 910 | Centro
85892-000 | Santa Helena | PR

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interpostos por **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI e POTÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA.**

Assim, requer a Vossa Senhoria, que seja a presente IMPUGNAÇÃO AO RECURSO ADMINISTRATIVO recebida nos efeitos devolutivos e suspensivos, haja vista, sua tempestividade, pois a Recorrida foi intimada para apresentar suas contrarrazões em 06/09/2023. Portanto, e, em face de quarta-feira (13/09) ter ocorrido feriado Municipal, o prazo da empresa Recorrida de 5(cinco) dias úteis, finda em 18/09/2023, conforme preceitua o parágrafo 2º do artigo 109 da Lei 8.666/93 e encaminhada à autoridade superior, após cumprimento das formalidades legais.

DO DIREITO PLENO ÀS CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Da Legitimidade para contrarrazoar

Preliminarmente, registra-se que a recorrente, como empresa especializada no ramo pertinente ao objeto licitado, detém total e irrestrita capacidade estrutural e tecnológica de fornecer os produtos licitados.

Portanto, a contrarrazoante é uma empresa séria, que, buscando uma participação impecável no certame, preparou sua documentação e propostas em rigorosa conformidade com as exigências do edital, provando sua plena qualificação para esse certame, conforme exigido, tendo sido, portanto, considerada habilitada.

Ademais, a própria legislação indica o direito de resposta na interposição de recursos, como forma de defesa e de esclarecimento aos pontos indicados pela parte contrária.

DOS FUNDAMENTOS

A fase recursal do procedimento licitatório tem como fundamento legal na CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988, que dispõe:



N&N
PUBLICIDADE
PROPAGANDA

PAG. 642 ASS.

☎ 45 3268.1905

☎ 45 9 8422.2222

📍 Av. Brasil, 910 | Centro

85892-000 | Santa Helena | PR

"Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...) XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas: a) o direito de petição aos Poderes Públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder; (...)."

É dessa garantia constitucional que decorrem as diversas formas de provocação da Administração Pública para o exercício do direito de petição, nesse sentido vejamos as palavras de Di Pietro:

"Dentro do direito de petição estão agasalhados inúmeras modalidades de recursos administrativos... É o caso da representação, da reclamação administrativa, do pedido de reconsideração, dos recursos hierárquico próprios e impróprios da revisão." (DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito Administrativo, p 579. São Paulo: Atlas, 2000.)

Seguindo esse entendimento, Carvalho Filho afirma que:

"o direito de petição é um meio de controle administrativo e dá fundamento aos recursos administrativos por que tais recursos nada mais são do que meios de postulação a um órgão administrativo. O instrumento que propicia o exercício desse direito consagrado na CF é o recurso administrativo." (CARVALHO FILHO, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo, p. 905. Rio de Janeiro: Lúmen Juris. 2009)"

Desta feita, temos que a presente contrarrazões instrumentalizam o exercício do direito de petição junto ao poder público.

DAS CONTRARRAZÕES PROPRIAMENTE DITAS

Em resposta à Carta de Intimação referente ao Edital de Concorrência nº 02/2023, em que a Agência N&N apresenta suas contrarrazões ao recurso administrativo interposto por BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, ora nominada RECURSANTE 01, e POTENCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL, ora nominada RECURSANTE 02, coloca-se o que segue:

DA ANÁLISE PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Cabe à Subcomissão Técnica, que é soberana, interpelar sobre possíveis irregularidades de qualquer uma das licitantes, sendo que todas as licitantes possuem interesses diretos na desclassificação de suas concorrentes, não possuindo assim, isonomia para análise de qualquer um dos "erros e/ou irregularidades" a que imputam os adversários do pleito.

DOS SUPOSTOS "ERROS E IRREGULARIDADES" NA PROPOSTA DA N&N, APRESENTADOS PELA RECURSANTE 01:

Apresentou clientes atendidos por outras agências

Os 2 clientes apresentados pela N&N são clientes esporádicos, ainda que não exclusivo e em caráter continuado, mas em situações específicas, principalmente quando patrocinam eventos cujas prefeituras são atendidas pela N&N enquanto agência, como é o caso, por exemplo, da FESPOP, evento do cliente Prefeitura Municipal de Santa Terezinha de Itaipu, que é patrocinado pela Itaipu Binacional e que nesses eventos, por diversas vezes são realizados trabalhos emergenciais pela N&N.

Quanto ao cliente Prefeitura de Itaipulândia, a N&N atendeu o mesmo desde o ano de 2015 até a data de julho de 2022, com contratos de exclusividade e também por demanda em alguns momentos. Considerando que o cliente foi atendido pela N&N com contrato de agenciamento e em eventuais situações continuamos a atendê-los, ainda que esporadicamente, ela se mantém no nosso portfólio de clientes.

Outrossim, o edital não prevê que o cliente seja exclusivo ou que possua contrato rígido de prestação de

serviços. Sendo assim, clientes esporádicos continuam sendo clientes atendidos pela Agência.

NÃO CONSTAMOS EM MOMENTO ALGUM NA PROPOSTA A QUESTAO DE SER CLIENTE DECORRENTE EXCLUSIVAMENTE DE PROCESSO LICITATORIO PARA AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE, até por que cliente não é só aquele que tem contrato "exclusivo" com a empresa, mas todos aqueles que, de uma forma ou outra, utilizam do serviço prestado por esta empresa, pois cliente uma vez, sempre continuará sendo cliente.

De outra forma, não há na licitação um número mínimo de clientes a ser apresentado, e nem um valor de nota por cliente ou por "grau de importância do cliente", sendo que se torna improcedente a tentativa de "ludibriar" a Subcomissão Técnica, sendo esta soberana em sua análise.

Da Alegação de identificação da autoria da proposta, por meio da relação fornecedor/cliente

Novamente neste quesito a RECURSANTE 01 se coloca como aquela que busca argumentos em fatos que a Subcomissão desconhece e tampouco reconheceu como sendo um fator de identificação da proponente, tanto que a ela não foi imputado esta pena.

Entende-se que um "elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária" apenas se caracteriza um elemento de identificação quando a Subcomissão Técnica o reconhece como tal, o que de fato não aconteceu.

Outrossim, a presença de fornecedores na listagem de clientes não se presta a esse papel, vez que o leque de fornecedores de todos os participantes é amplo e, como se sabe, rádios, televisões são meios hábeis de divulgação de material publicitário, não detendo o contrarrazoante a exclusividade de divulgação ou prestação de serviço junto ao cliente/fornecedor, que pudesse levar a identificação da empresa licitante.

Raciocínio Básico inconsistente e incompleto

Neste quesito a RECURSANTE 01 quer desqualificar a campanha da N&N utilizando-se de opinião não idônea e ainda demonstrando claramente que a Subcomissão Técnica não possui expertise o suficiente para avaliar a consistência e a completude de um raciocínio básico de campanha criativa.

Ora, ele se constitui BÁSICO, portanto, deve ser sucinto e breve, como de fato a N&N apresentou. E se desta forma se fez entender melhor que as concorrentes para a Subcomissão Técnica, maior é seu mérito e não o contrário.

Apresentou spot acima de 30"

Mera conjectura. O edital não aufere, válida ou reconhece como medição de tempo as ferramentas *on line* apresentadas pela RECURSANTE 01. A quantidade de palavras ditas em um spot de rádio e o tempo que precisam para serem ditas podem variar conforme estilo de locução, uso ou não de trilha de fundo, dramaticidade, e outros quesitos subjetivos.

Fica novamente a critério da Subcomissão Técnica esta análise subjetiva.

Apresentou página dupla de jornal, em desacordo com o plano de mídia

Resta claro para a Subcomissão Técnica que o que está em análise é o anúncio de página inteira, conforme apresentado.

A RECURSANTE 01 quer confundir a Subcomissão Técnica quando evidencia o que esta nem ao menos observou quando da análise da peça, de tão claro está que o objeto de análise é o anúncio de jornal de página inteira.

Ultrapassou o valor limite estabelecido pelo briefing

A RECURSANTE 01 anexa um orçamento apresentado a ela para efeito de cálculo e não o orçamento apresentado à N&N pelo citado fornecedor.

Apresentamos ao final o orçamento no qual se embasou a N&N para realizar a sua simulação de mídia, sendo necessário averiguar junto ao veículo de mídia o porquê desta diferença de orçamento para 02 clientes pelo mesmo espaço. Não cabe à N&N contestar o valor de um orçamento dado por um veículo de mídia.

Segue anexo o orçamento ao qual a N&N se embasou, lembrando que o orçamento é bem claro quando coloca que a validade do orçamento é de janeiro a dezembro de 2023.

Peças de não mídia: sem quantidade e sem custo de distribuição

Em nenhuma campanha já realizada para clientes de município (prefeituras) a responsabilidade pela distribuição é de uma empresa terceirizada, que represente custo ao cliente, mesmo porque normalmente são campanhas cujo material de não mídia circula no âmbito de prédios públicos escolas e locais de distribuição gratuita, bem como em eventos, como material de folheteria, em que quem distribui é quem está trabalhando no estande do município, e cujo uso do material é paulatino, distribuído ao longo do tempo, e não como para a divulgação de um evento de data fixa.

Outrossim, não há exigência no edital a respeito da especificação de tais custos, o que, desobriga o licitante de sua apresentação.

Não incluiu o pagamento de imagens e cachês em seu plano de mídia

Neste quesito a RECURSANTE 01 se mostra completamente fora do princípio básico de qualquer prestação de serviço a um ente público, que é o princípio da ECONOMICIDADE. Ora, existem hoje inúmeros bancos de imagem gratuitos, que atendem perfeitamente à necessidade do cliente, como é o caso da campanha apresentada neste edital pela N&N.



N&N
PUBLICIDADE
PROPAGANDA

PAG. 647 ASS.

☎ 45 3268.1905

☎ 45 9 8422.2222

📍 Av. Brasil, 910 | Centro

85892-000 | Santa Helena | PR

Se existem bancos de imagem totalmente gratuitos, qual é a lógica de onerar o cliente (prefeitura de Mercedes) cobrando algo que pode simplesmente não ter custo.

Assim sendo, quem deve ser penalizado é a RECURSANTE 01, que colocou custos no seu plano de comunicação que poderiam perfeitamente ser evitados, ferindo assim o princípio da economicidade.

Além disso, a RECURSANTE 01 demonstra não estar por dentro dos métodos de criação que se utilizam de imagens gratuitas de excelente qualidade e que em nada prejudicam o resultado final da campanha.

E SOBRE O CACHE PARA QUEM GRAVAR?

Não tem nada escrito sobre isso?

Apresentou erro ortográfico em slogan de suas peças criativas

Neste ponto a própria RECURSANTE 01 já deu o resultado da análise quando diz que 2 dos avaliadores perceberam o erro, mas ainda assim consideraram que a campanha apresentada pela N&N continua superior às demais.

Uma falta de acento certamente que deve acarretar desconta na nota geral da campanha criativa, mas jamais desclassificar a campanha como um todo, como de fato foi considerado pela Subcomissão Técnica.

Ora, a nota de Plano de Comunicação, do qual fazem parte as peças criativas, é composta por um conjunto de características que somadas geram a nota final. Portanto, não se pode, como da mesma forma agiu a Subcomissão Técnica em relação às campanhas de todas as licitantes, utilizar análises tão superficiais para desqualificar os adversários.

Volta-se a frisar que a Subcomissão Técnica é soberana em sua análise, não cabendo aos concorrentes desqualificar seus adversários, e sim apenas à Subcomissão Técnica cabe este papel.

O requerimento final da RECURSANTE 01 deixa claro que, em não vencendo a concorrência pelas vias de análise da Subcomissão Técnica, tenta vencer tentando desqualificar a análise técnica da referida Subcomissão, composta por

profissionais idôneos e capazes de avaliar por si mesmos cada uma das campanhas apresentadas. Há que considerar que cada membro da Subcomissão apresentou suas capacidades/formações para se qualificar a integrar a mesma, logo, demonstrou qualificação para julgar as propostas apresentadas na licitação.

QUANTO AO RECURSO INTERPOSTO PELA RECURSANTE 02

Erro de conteúdo e estruturação

Pode-se considerar "erro de conteúdo e estruturação" a falta de apenas 1 letra no texto todo? Se assim fosse, o que caracteriza apenas um erro de digitação? O que deve ser, e foi, julgado, é o conteúdo, do item "Raciocínio Básico", o que o texto deve apresentar, a forma de apresentação do Plano de Comunicação. Neste quesito a Subcomissão, corretamente, atribuiu nota de acordo com o que de fato deve conter. Não é por que um texto tenha quantidade bem diferente de linhas que ele é melhor que outro. Vale, e é o que deve ser analisado, a transmissão da ideia. E, neste ponto, atingimos o objetivo de forma satisfatória a Subcomissão.

Profundidade da proposta

Afirmção meramente subjetiva e especulativa na tentativa de desqualificar a campanha do oponente que obteve nota maior pela avaliação da Subcomissão Técnica.

Ao contrário do que afirma a RECURSANTE 02, o edital prevê uma abordagem sucinta, bem fundamentada sim, mas sem previsão de quantidade de palavras utilizadas, e sim, o fácil entendimento tanto da Subcomissão Técnica, quanto, e principalmente, do público ao qual está dirigida a campanha.

A RECURSANTE 02 tenta desqualificar o Plano de Comunicação apresentado pela N&N pura e simplesmente pelos seus próprios critérios, sem isenção e com vistas a se beneficiar com tal análise da concorrente que obteve maior nota da Subcomissão Técnica.

Novamente torna-se necessário salientar que é prerrogativa da Subcomissão Técnica e não das licitantes a análise do entendimento e dos critérios que cada concorrente

considerou necessário e utilizou para apresentar seu Plano de Comunicação.

Poder-se-ia, se houvesse razão para tanto, se a ideia do item não atendera a lei e edital, mas não a quantidade de linhas.

Cita a recursante que *"A brevidade do raciocínio, limitado a meras cinco linhas, levanta preocupações quanto à compreensão e ao embasamento do proponente em relação ao escopo do projeto. Uma proposta tão resumida sugere falta de análise criteriosa e de visão estratégica..."*

Ora, entendemos que julgou corretamente a Subcomissão, haja vista que demonstramos maior capacidade, entendimento, competência para sintetizar uma ideia, quando o fizemos em poucas linhas, conseguimos ser mais objetivos e claros.

Na tentativa de desqualificar-nos tenta distorcer o contexto analisado, pois cita a **brevidade** como se fosse displicência, ao tempo que entendemos que demonstramos com isso maior competência de sintetizar a ideia, levar a mensagem, sem enrolação, mas com objetividade e com ampla visão estratégica.

Inconsistência da peça gráfica

Da mesma forma que a RECURSANTE 1, a RECURSANTE 2 ressalta o que pelo menos 2 dos avaliadores perceberam, já deram a nota, cientes deste erro de acento, e ainda assim consideraram que a campanha apresentada pela N&N continua superior às demais. A falta de acento já foi considerada pela Subcomissão Técnica e já está computada na nota final da campanha da N&N, se assim não o fosse teríamos obtido nota máxima, o que não ocorreu, tendo sido descontada a "falha".

Ora, afirmar que uma peça gráfica é "inconsistente" é uma afirmação que precisa ter mais argumentos que a mera falta de um acento.

Não conformidade com o edital

Todas as peças apresentadas estão acabadas, prontas para a sua produção. O conceito de "peça acabada" ou "versão finalizada" ao que se apega a RECURSANTE 02, contradiz o

editais que usa o termo "exemplos finalizados" de peça de não mídia.

O que constitui um exemplo finalizado é que a peça se apresenta completa, sem necessidade de acréscimos ou de reparos no seu conceito. A peça está materializando a campanha, e assim ela é entendida quando da sua análise.

Portanto, as peças de não mídia apresentadas pela N&N estão sim finalizadas e apresentadas como exemplo gráfico perfeito.

A qualidade à qual a RECURSANTE 02 se auto imputa o direito de denegrir na campanha da N&N, é uma análise que apenas a Subcomissão Técnica pode fazer, a qual é auferida na nota dada por cada avaliador, individualmente.

A RECURSANTE 02 age como se membro avaliador fosse, advogando em causa própria nas suas acusações infundadas e genéricas.

Ora, se a campanha foi bem avaliada pela Subcomissão Técnica, não cabe à RECURSANTE 02 considerar que mal avaliada, como aponta em seu recurso.

DOS PEDIDOS

Conforme os fatos e argumentos apresentados nestas CONTRARRAZÕES RECURSAIS, solicitamos como lídima justiça que:

Que as peças recursais dos recorrentes sejam conhecidas para, **no mérito, serem INDEFERIDAS INTEGRALMENTE**, pelas razões e fundamentos expostos, e a consequente manutenção da classificação da Contrarrazoante.

P. Deferimento.

Mercedes, 18 de setembro de 2023.

N E N AGENCIA DE
PUBLICIDADE E
PROPAGANDA

LTDA:13451228000140

N&N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA EPP

Assinado de forma digital por N E N
AGENCIA DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA
LTDA:13451228000140
Dados: 2023.09.18 15:03:17 -03'00'

EVANDRO RODRIGO NECKEL

ANEXO DO ORCAMENTO DA TRIBUNA DO OESTE



Marechal Cândido Rondon, 31 de janeiro de 2023.

A
NN Agência de Publicidade e Propaganda

TABELA DE PREÇOS DE INSTITUCIONAIS 2023

Conforme solicitação, informamos a tabela de inserções de anúncios institucionais.

01 página (26 x 33,5 cm)	R\$ 1.900,00
1/2 Página (26 x 16,5 cm).....	R\$ 950,00
1/4 Página (15,5 x 13,7 cm).....	R\$ 500,00

Valores brutos, já incluso a taxa de agenciamento.

Orçamento valido de janeiro a dezembro de 2023.



Dário Loch / Cristine Kempp
Diretores
45.99974.3988
tribunadooeste@gmail.com
www.tribunadooeste.com

09.474.683/0001-937
ZK PRODUÇÕES LTDA.

Rua Sota de Setembro, 1454
Estr. 3º Pernambuco - CEP 85960-000
Marechal Cândido Rondon - Paraná

ZK PRODUÇÕES LTDA ME | CNPJ 09.474.683/0001-937
Rua 7 de Setembro, 1454 | Centro | CEP 85960 000 | Marechal Cândido Rondon /PR
Telefone: (45) 3264-7886; E-mail: tribunadooeste@gmail.com