

**ILUSTRÍSSIMA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE FRANCISCO BELTRÃO.**



Ref. Edital de Tomada de Preços - Técnica e Preço - nº 030/2018

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

DOS FATOS

O Município de Francisco Beltrão, Estado do Paraná, está promovendo licitação na modalidade Tomada de Preço, tipo Técnica e Preço, nº 030/2018, na qual licita a contratação de serviços de publicidade e propaganda a serem prestados por uma agência de publicidade.

A licitação segue seu curso regular, encontrando-se na fase de julgamento das propostas técnicas. A pontuação das licitantes relativas às propostas técnicas foi informada através da Ata de Sessão Pública – Folha de Ata Nº 368,369 e 370/2018 - após divulgação do resultado de julgamento geral das propostas técnicas, tomando-se pública, segundo sessão realizada no dia 28 de novembro de 2018, a seguinte classificação final na proposta técnica:

- 1º lugar) *Adamo Agência de Publicidade Ltda, com 83,98 pontos.*
- 2º lugar) *Blancolima Comunicação e Marketing Eireli, com 80,81 pontos.*
- 3º lugar) *Agência de Publicidade TIG Ltda, com 78,15 pontos.*
- 4º lugar) *Dudacom Marketing Integrado Eireli, com 65,98 pontos.*

Todavia, a agência **BLANCOLIMA**, ora recorrente, após ter acesso a toda a documentação apresentada pelas demais agências, constatou irregularidades frente ao edital, as quais não justificam suas pontuações e acarreta, em alguns casos, em suas desclassificações.

Desta feita, A **Blancolima Comunicação e Marketing Eireli**, vem **TEMPESTIVAMENTE** a essa respeitável Comissão apresentar recurso – conforme a Lei 12.232/10 Art. 11, § 4º inciso VIII e alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993 – sob os seguintes fundamentos:

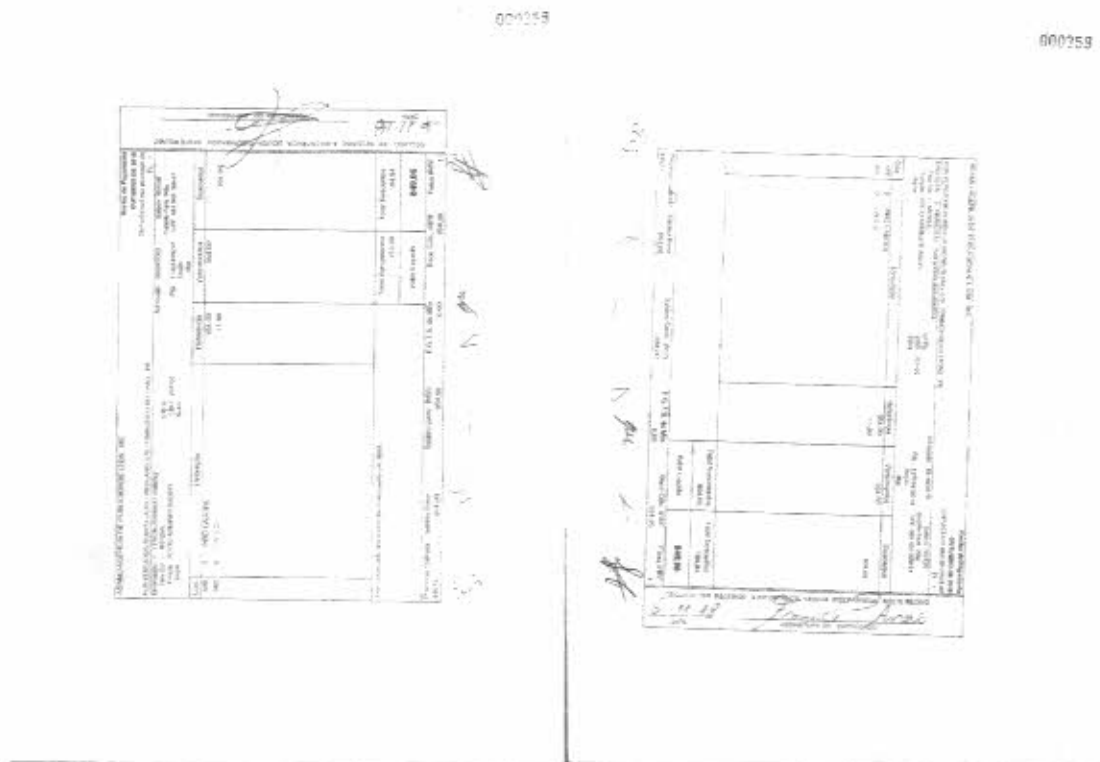
1. DO DESCUMPRIMENTO DAS NORMAS DE APRESENTAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPE Nº 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

Em primeiro lugar, deve ser analisado por esta Douta Comissão Julgadora, o grave descumprimento por parte a licitante **Adamo Agência de Publicidade Ltda** do item 11.5 do Edital no seguinte ponto:

"11.5 O Envelope n.º 03 deverá conter a Proposta Técnica - Conjunto de Informações, em 01 (uma) única via, que deverá ser datada e assinada pelo representante da licitante; consistindo em um caderno impresso em papel tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos (utilizar tipografia "arial", tamanho 12, sem condensação e entrelinhamento 1,5). (...)"

Ora Eméritos Julgadores, a licitante Adamo descumpriu o item "um caderno impresso em papel tamanho A4 (210 x 297mm)", utilizando para a apresentação dois papéis A5 (210 x 150mm) apresentados soltos em seu caderno.

Para se comprovar o alegado seguem imagens retiradas do caderno que consta em seu envelope n.º3:



O Edital reafirma, na alínea "g" do item 11.5.1, que **não serão aceitos anexos especiais** deste item além dos solicitados.

O Edital é claro no item 12.3 quando diz:

"A falta de qualquer dos documentos exigidos para a Proposta Técnica ou sua apresentação em desacordo com o presente Edital implicará na desclassificação da proposta". (negrito e grifo nosso).

Desta forma, tendo em vista a existência clara e pacífica de uma afronta ao edital, requeremos, nos termos do § 4º inciso V do art. 11 da Lei no 12.232, de 29 de abril de 2010, que **seja desclassificada** a Proposta Técnica da Licitante **Adamo Agência de Publicidade Ltda.**

Elvis



2. DA NECESSIDADE DE DILIGÊNCIA PARA ESCLARECER A INSTRUÇÃO DO PROCESSO EM FACE DE INFORMAÇÕES E DOCUMENTOS APRESENTADOS PELA PROPONENTE ADAMO

O quesito "Capacidade de Atendimento" da Proposta Técnica, previsto no item 11.5.1, principalmente em sua alínea "d", estabelece que os licitantes devem apresentar uma relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos **03 (três) anos**, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

Para atender tais exigências, a proponente **ADAMO** apresentou em sua relação de clientes a Prefeitura de Francisco Beltrão com o período de atendimento de 2012 a 2015. Ocorre que restam dúvidas se a **ADAMO** efetivamente manteve contrato com a Prefeitura de Francisco Beltrão até o final de 2015. Ainda que este vínculo tenha existido, a inclusão desta informação poderia fereir período determinado pelo edital, isto é, de ter atendido o referido cliente nos últimos 03 (três) anos.

000348

adamo.

11.5.1 – Principais Clientes

- 1 - MAQGILL
Segmento: Venda de móveis residenciais e de escritório - Cliente: 2003 - 2018
- 2 - MANO MANFROI SUPERMERCADOS
Segmento: Supermercado - Cliente: 2011 - 2018
- 3 - CASARIL
Segmento: Imobiliária - Cliente: 2004 - 2018
- 4 - MAREL S/A
Segmento: Indústria de móveis planejados - Cliente: 2005 - 2018
- 5 - FLESSAK
Segmento: Indústria de geradores para usinas; varejo - Cliente: 2006 - 2018
- 6 - ACEFB
Segmento: Associação Empresarial de Francisco Beltrão - Cliente: 2008 - 2018
- 7 - BONETTI AGRONUTRI
Segmento: Venda de produtos para nutrição animal - Cliente: 2010 - 2018
- 8 - PAVIMENTI
Segmento: Indústria de pavers e blocos de concreto - Cliente: 2010 - 2018
- 9 - TIC TAC
Segmento: Nutrição Animal - Cliente: 2015 - 2018
- 10 - CRESOL
Segmento: Cooperativa de Crédito - Cliente: 2015 - 2018
- 11 - RUMO
Segmento: Nutrição Animal - Cliente: 2016 - 2018
- 12 - CÂMARA DE VEREADORES DE FRANCISCO BELTRÃO
Segmento: Nutrição Animal - Cliente: 2017 - 2018
- 13 - PREFEITURA DE FRANCISCO BELTRÃO
Segmento: Administração Pública - Cliente: 2012 - 2015

Crendo na boa-fé objetiva dos licitantes que querem prestar serviços ao governo municipal, acredita-se que as dúvidas podem ser facilmente resolvidas a partir de diligência desta Douta Comissão, com base no item 11.5.1, alínea "f", do edital. Por isto, requer-se, caso seja o entendimento que melhor resguarde o interesse público, que a Agência **ADAMO** seja intimada a provar o período de atendimento a Prefeitura de Francisco Beltrão e se o mesmo se enquadra no período estabelecido pelo edital.

Importante ressaltar o pedido de diligência da ora Recorrente não objetiva, sob nenhuma forma, tumultuar ou atrasar o certame. Pelo contrário, as dúvidas levantadas

Elis



visam unicamente contribuir com a esmerada atuação desta Douta Comissão, já que os indícios de dúvidas deixam em xeque o interesse público e evitam o benefício indevido de um dos licitantes, em atenção ao princípio da impessoalidade.

3. DA AUSÊNCIA DE INSERÇÃO DOS CUSTOS DE PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E VEICULAÇÃO EM PEÇAS UTILIZADAS NA CAMPANHA

Outro ponto que deve ser analisado por esta Douta Comissão Julgadora, é o grave descumprimento pela licitante **ADAMO** do item 11.3.4 do edital, **deixando de inserir qual seriam os custos de produção para fotos utilizadas em sua campanha e despesas de cachê dos modelos** por ela utilizados.

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

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentada em fonte "arial", tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, explicando e justificando a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente e em função da verba disponível, devendo conter: (...)

Entretanto, basta uma breve análise em seu quadro resumo para se comprovar que a agência Adamo deixou de inserir os custos com as fotografias e caches:

| CRONOGRAMA DE MÍDIA | | PERÍODO | 01 fev a 31 março 2019 | |
|--|-----|---------------------|------------------------|---------------------|
| PESQUISA | | QUESTION. | | |
| Avaliação Consumo de mídia - DOMICILIAR | | 250 | RS | 5.000,00 |
| BV fornecedores 15% | | TOTAL | RS | 5.750,00 |
| PRODUÇÃO | | | | |
| PEÇA | UND | CRIAÇÃO | PRODUÇÃO | H. PROD. 15% |
| TV - filme 30" | 2 | RS 1.411,60 | RS 7.000,00 | RS 1.050,00 |
| Internet - filme 60" | 4 | RS 2.823,20 | RS 3.000,00 | RS 450,00 |
| Mídias Sociais/Gestão C e C | 2 | RS 2.500,00 | RS - | RS - |
| Radio - spots 30" | 2 | RS 744,40 | RS 900,00 | RS 135,00 |
| Outdoor - 2 layouts/6 impres | 2 | RS 1.167,00 | RS 1.200,00 | RS 180,00 |
| Jornal 1 PG | 2 | RS 909,80 | RS - | RS - |
| Jornal 1/4 PG | 4 | RS 1.086,00 | RS - | RS - |
| Panfletos 20x30cm 10 mil | 1 | RS 555,10 | RS 1.398,00 | RS 209,70 |
| Panfletos Distribuição | 1 | | RS 1.300,00 | RS 195,00 |
| SUB TOTAL | | RS 11.197,10 | RS 14.798,00 | RS 2.219,70 |
| TOTAL | | | | RS 28.214,80 |
| Desconto concedido na criação - tabela de SINAPRO - 90% | | | | |
| Honorários sobre o custo de produção CENP - 15% | | | | |
| MÍDIA | | | | |
| MÍDIA | PÇ | INS/UNIMP | C. MINSERÇÃO | VEICULAÇÃO |
| TV - filme 30" | 2 | 137 | RS 187,68 | RS 25.712,20 |
| Internet - filme 60" | 4 | 8 | RS 450,00 | RS 3.600,00 |
| Internet - posts patrocinados | 58 | 58 | RS 50,00 | RS 2.900,00 |
| Radio - spots 30" | 2 | 624 | RS 27,50 | RS 17.100,00 |
| Outdoor - 2 layouts/6 impres | 2 | 6 | RS 400,00 | RS 2.400,00 |
| Jornal 1 PG | 2 | 2 | RS 1.560,00 | RS 3.120,00 |
| Jornal 1/4 PG | 4 | 8 | RS 390,00 | RS 3.120,00 |
| TOTAL MÍDIA NEGOCIADO | | | | RS 58.012,20 |
| DESCONTO PADRÃO - CENP (sem internet) | | | 20% | RS 10.302,44 |
| Valores de acordo com descontos praticado no mercado local | | | | |
| INVESTIMENTO TOTAL | | | | RS 91.977,00 |

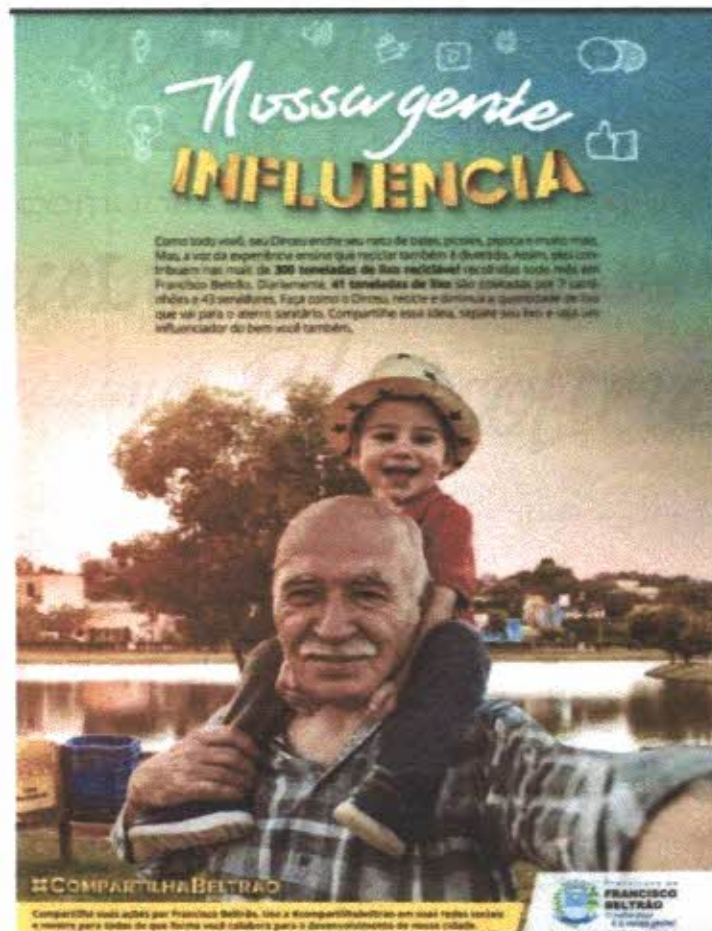
Elis



As peças criativas componentes da campanha comprovam o uso de **3 (três) fotos em toda a sua campanha e 5 (cinco) modelos**, conforme podemos ver a seguir:

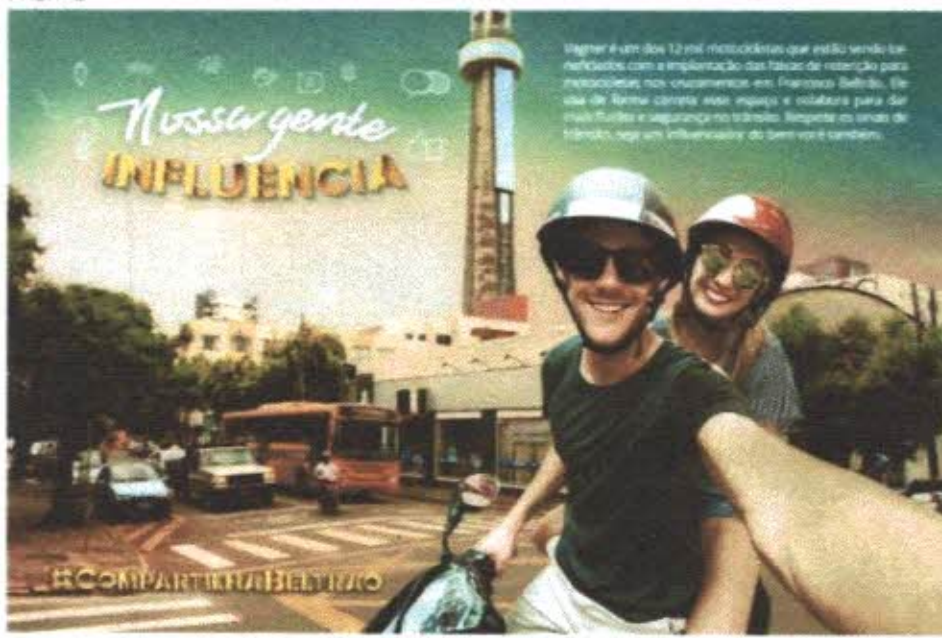


(Layout para publicação em mídias sociais: uso de uma foto com uma modelo)



(Anúncio Jomal Tabloide – página inteira: uso de uma foto com dois modelos)

Elis



(Panfleto Institucional – Frente: Uso de uma foto com dois modelos)

O mesmo erro cometeu a **Agência de Publicidade TIG**, descumprindo ao edital, conforme pode ser observado abaixo:

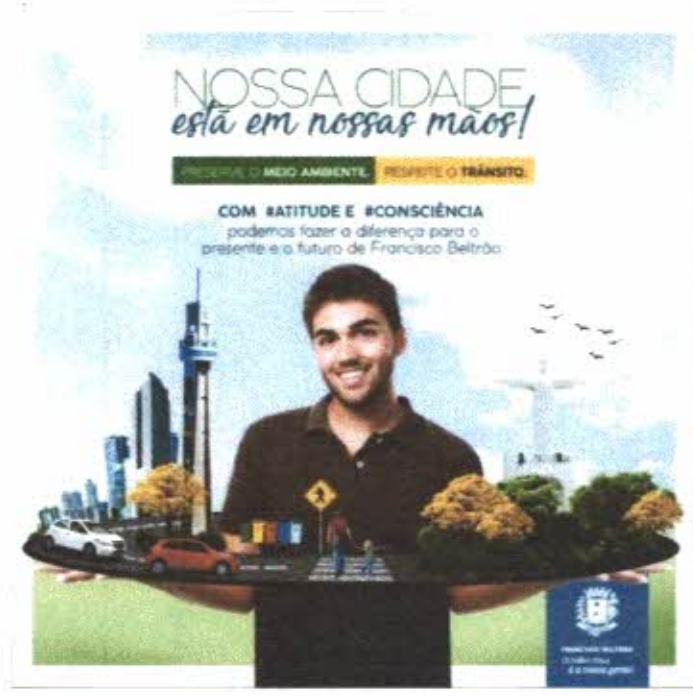
QUADRO RESUMO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

| MEIO | PEÇAS | CUSTOS | | | VALOR TOTAL (R\$) |
|--------------------------------|-------|------------------|--------------|--------------|----------------------|
| | | Mídia/Veiculação | Internos | Terceiros | |
| Televisão (VT 30") | 1 | R\$ 37.984,20 | R\$ 1.058,70 | R\$ 3.000,00 | |
| Rádio (Spot 30") | 1 | R\$ 24.121,26 | R\$ 558,30 | R\$ 825,00 | |
| Jornal (1 Página) | 1 | R\$ 6.657,08 | R\$ 682,35 | - | |
| Facebook Card (800x800 pixels) | 1 | R\$ 1.550,00 | R\$ 503,10 | - | |
| Outdoor (9X3m) | 1 | R\$ 6.360,00 | R\$ 1.176,75 | R\$ 120,00 | |
| Banner site | 1 | R\$ 1.200,00 | R\$ 560,10 | - | |
| Panfleto (flyer) | 1 | - | R\$ 832,65 | R\$ 1.570,00 | |
| Total dos custos de produção | | | | | R\$ 10.886,95 |
| Total dos custos de veiculação | | | | | R\$ 77.872,54 |
| TOTAL GERAL | | | | | R\$ 88.759,49 |

(Quadro resumo de Mídia e Não Mídia da empresa TIG)

Em nenhum momento, em suas planilhas de distribuição de valores, a empresa cita os custos de produção de fotografias (3 fotos) e muito menos o valor de cachê dos dois modelos usados em suas peças. Com o acréscimo destes valores, alteraria substancialmente os valores da sua campanha.

Elis



(Card de Facebook apresentado pela empresa TIG, onde existe o uso de duas fotografias sendo uma do modelo e uma da montagem que a em sua mão)



(No anúncio de uma página de jornal e na frente do panfleto apresentado pela empresa TIG existe o uso da fotografia de uma do modelo e a mesma foto do card do Facebook em uma montagem que está em sua mão)

Outro ponto a ser analisado por esta comissão julgadora diz respeito ao fato de que a agência TIG viola expressamente o item 11.3.4 (supracitado) ao deixar de apresentar os custos de distribuição dos panfletos em seu planejamento e simulação detalhada de mídia e não mídia.

Elvis



PLANEJAMENTO E SIMULAÇÃO DETALHADA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

PLANEJAMENTO DE MÍDIA - DEZEMBRO DE 2014

CAMPANHA: MISSA CELEBRE ESTA EMOÇÃO NAS MÍDIAS

| DADOS DO CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE FRANCISCO BELTRÃO | | DADOS DO AGENTE: REGISTRAÇÃO PÚBLICA | | CAMPANHA: MISSA CELEBRE ESTA EMOÇÃO NAS MÍDIAS | |
|---|----------|--------------------------------------|------------|--|--------|
| NOME/NÃO SOCIAL | ENDEREÇO | NUMERAÇÃO SOCIAL | ENDEREÇO 2 | | |
| CIDADE | ESTADO | | | CIDADE | ESTADO |
| CEP | | | | | |
| CNPJ | | | | | |

| VEICULO/FREQUENCIA | PROGRAMA/BREVEÇÃO | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | SEG. SEM. (DAS) | MES | VALOR IMPRIMO | VAL. OR. TOTAL | VALOR FINAL | | |
|---------------------|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----------------|-----|---------------|----------------|---------------|--------------|--------------|
| DET. QUARA | TRIBUNA DA MASSA Paraná | | | | | 1 | | | | | 1 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | DEZ | R\$ 295,35 | R\$ 2.041,35 | R\$ 2.041,35 | |
| DET. QUARA | TRIBUNA DA MASSA Paraná | | | | | 1 | | | | | 1 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | DEZ | R\$ 295,35 | R\$ 2.041,35 | R\$ 2.041,35 | |
| DET. QUARA | RAT PARANA Paraná | | | | | | | | | | 1 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3 | DEZ | R\$ 1.256,80 | R\$ 2.770,40 | R\$ 2.770,40 | |
| DET. QUARA | RAT PARANA Paraná | | | | | | | | | | 1 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3 | DEZ | R\$ 1.852,00 | R\$ 3.710,00 | R\$ 3.710,00 | |
| TV BEL TRÃO | EDUCAÇÃO REGIONAL | | | | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 5 | DEZ | R\$ 35,00 | R\$ 1.775,00 | R\$ 1.775,00 | |
| TV FOG GLOBO VT 30" | NEWS DA PARANA | | | | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | DEZ | R\$ 270,00 | R\$ 270,00 | R\$ 270,00 | |
| TV FOG GLOBO VT 30" | NEWS VOZES | | | | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | DEZ | R\$ 402,00 | R\$ 1.608,00 | R\$ 1.608,00 | |
| TV FOG GLOBO VT 30" | ENCORCERO-COM-FATMA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | DEZ | R\$ 454,00 | R\$ 1.816,00 | R\$ 1.816,00 | |
| TV FOG GLOBO VT 30" | MEIO-DIA PARANA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3 | DEZ | R\$ 1.087,00 | R\$ 2.294,00 | R\$ 2.294,00 | |
| TV FOG GLOBO VT 30" | NOVA NOITE PARANA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | DEZ | R\$ 1.214,00 | R\$ 2.124,00 | R\$ 2.124,00 |
| TV FOG GLOBO VT 30" | 24 HORAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | DEZ | R\$ 409,00 | R\$ 818,00 | R\$ 818,00 | |
| RÁDIO ONEM SUL | ONEM TERMINADA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | DEZ | R\$ 95,00 | R\$ 15.200,00 | R\$ 15.200,00 | | |
| RÁDIO MASSA FM | ONEM TERMINADA | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | DEZ | R\$ 140,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | | |
| RÁDIO PRINCIPA AM | ONEM TERMINADA | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | DEZ | R\$ 70,00 | R\$ 2.940,00 | R\$ 2.940,00 | | |
| JORNAL BEL TRÃO | 31 PÁGINA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | DEZ | R\$ 1.664,27 | R\$ 6.657,08 | R\$ 6.657,08 |
| OP-OUTDOOR | 80 SEMANAS 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 12 | DEZ | R\$ 530,00 | R\$ 6.360,00 | R\$ 6.360,00 |
| PP-NEWS | BANNER 300X250 PIXEL | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | DEZ | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | | |
| PP-NEWS | BANNER 300X250 PIXEL | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | DEZ | | | | | |

LEGENDA: Os valores de Produção são os valores do QUADRO RESUMO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Observa-se que o quadro onde deveria constar o valor de distribuição desse material está em branco, sendo ocultada a informação. A mesma ainda faz uma observação de que esse valor de distribuição deveria estar lá, visto que "os valores de produção do panfleto estão no QUADRO RESUMO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA".

Desta feita, ao considerar esses valores, as campanhas da Agência ADAMO e da Agência TIG mostram-se inexequíveis, pois extrapolam o limite de verba (R\$ 100 mil) definido no item 12.10 do edital.

"A campanha proposta nos termos indicados no briefing (Anexo I) utilizará como referencial uma verba fictícia não superior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais)".

Estas atitudes da ADAMO e da TIG trouxeram desigualdade ao processo licitatório frente aos demais licitantes, razão pela qual devem ser desclassificadas do certame.

4. DO DESCONHECIMENTO TÉCNICO E DESCASO COM A GESTÃO DA VERBA DA CAMPANHA POR PARTE DAS AGÊNCIAS ADAMO E TIG.

Ainda, para cancelar o desconhecimento técnico e descaso com a gestão da verba das campanhas das agências ADAMO e TIG, podemos ver a ausência de conhecimento e capacidade analítica e argumentativa em suas estratégias de mídia e não mídia, deixando de simplesmente apresentar dados técnicos para justificar os meios que recomenda.

Por exemplo, a Agência ADAMO quando cita o meio OUTDOOR, não argumenta quais são os pontos escolhidos, qual o público que será atingido através da escolha de cada ponto e não apresenta a planilha de veiculação deste meio, ferindo novamente o item 11.3.4 – já citado anteriormente.

Elis



| PESQUISA | QUESTION. | |
|---|--------------|---------------------|
| Avaliação Consumo de mídia - DOMICILIAR | 250 | R\$ 5.000,00 |
| BV fornecedores 15% | TOTAL | R\$ 5.750,00 |
| PRODUÇÃO | | |

- **Pesquisa:** O planejamento de uma campanha deve estar moldado aos anseios e hábitos do público. É possível refinar o planejamento e utilizar melhor a verba tendo o conhecimento dos hábitos de mídia em Francisco Beltrão. Projetamos uma pesquisa domiciliar com 250 questionários.

(A licitante **ADAMO** não indica para quem essa pesquisa será direcionada, quem irá responder, quais as perguntas que serão feitas e quais são os resultados que se desejam alcançar com esses questionários)

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos:

- a) o conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;**
- e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Município de Francisco Beltrão.

Não bastando todas as falhas, fundamentar sua estratégia em uma pesquisa sem motivo e sem consistência lógica, visto que, ao ser uma agência filiada (conforme se vê abaixo) ao Conselho Executivo de Normas Padrão (Cenp), Esta deve ter acesso a pesquisas de audiência que doravante auxiliariam a fundamentar sua estratégia, diferente de se basear em meros questionários sem finalidade alguma.

CENP
Conselho Executivo das Normas Padrão

CONSULTE AS AGÊNCIAS CERTIFICADAS PELO CENP

AGÊNCIAS CERTIFICADAS
Estado: PR Cidade: FRANCISCO BELTRAO

| C.N.P.J. | Razão Social | Entes | Cidade |
|--------------------|--------------------------------|-------------|------------------------|
| 02.412.196/0001-10 | GILSON LUIS CORAZZA S CIA LTDA | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 08.634.709/0001-09 | CENTURY COMUNICACAO AUDIO | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 13.535.476/0001-61 | C P RADIOLIVE S CIA LTDA | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 04.126.410/0001-04 | DIVERSISSIMO COMERCIAL LTDA | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 15.862.901/0001-90 | ADAMO AGENCIA DE PUBLICIDADE | Ente | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 17.615.632/0001-00 | TERRA FERTIL PROMOCOES E PU | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 06.341.630/0001-70 | S4 COMUNICACAO E MARKETING | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |
| 18.956.074/0001-90 | GILBERTO CHAVES SILVA ME | Certificada | FRANCISCO BELTRAO - PR |

ADAMO AGENCIA DE PUBLICIDADE LTDA-ME
ADAMO AGENCIA DE PUBLICIDADE ME
85601-020
Certificada
Vencimento 11/07/2023
www.adamopg.com
Segmento Full Service
Grupo Técnico 6

Elvis

Além do mais, o próprio Cenp fornece dados de mídia para as agências do grupo técnico em que se enquadra a agência **ADAMO** ([http://www.cenp.com.br/banco-pesquisa/informacoes de mídia](http://www.cenp.com.br/banco-pesquisa/informacoes%20de%20midia)). Diante deste fato, resta claro o despreparo técnico da licitante ao incluir uma pesquisa sem fundamento lógico em seu plano de mídia.

Outro fato ao ser analisado por essa Douta Comissão é a falta de justificativa para a inclusão de números nas planilhas de mídia apresentadas pela agência **ADAMO**, trazendo

dúvidas e mostrando mais uma vez o despreparo técnico da licitante na elaboração de sua proposta, conforme se vê abaixo. Tal erro repete-se em várias de suas planilhas, como no exemplo abaixo:

| TV GUARA - SBT | 5 | S | D | S | T | Q | S | S | D | S | T | Q | S | S | D | S | T | Q | S | S | D | S | T | Q | S | S | D | FEV/MAR | | | | | | |
|------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---------|----|----|----|-----|-----------|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | INS | UNIT | TOTAL |
| TRIBUNA DA MASSA MANHÃ | 30 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | R\$140,00 | R\$ 2.940,00 |
| INS/DIA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 | BRUTO | R\$ 5.740,00 |
| INVESTI FEVEREIRO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | R\$ 2.800,00 |
| INVEST MARÇO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | R\$ 2.940,00 |

Esses números inexplicáveis PODEM SIGNIFICAR IDENTIFICAÇÃO ou uma MARCA para a Subcomissão Técnica. Isto fere de morte o item 11.4.1. do Edital que afirma que na via não identificada, não pode ter "qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor...".

Diante de todos esses erros acima expostos, resta claro que as notas dadas à licitante **ADAMO** no mínimo devem ser revistas para baixo tendo em vista todas as deficiências apontadas nas mídias acima descritas.

Tal revisão de notas para baixo deve ser feita também em relação à agência **TIG**, que concede desconto aos valores de custo interno de agência (Sinapro) para elaboração da Estratégia de Mídia, mas não cita o valor percentual desse desconto, dando a entender que o valor praticado por ela é um valor de "tabela cheia", o que mesmo assim não condiz com o que consta na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (Sinapro/PR).

5. DAS PROVIDÊNCIAS

Acerca do descumprimento das exigências do Edital de Tomada de Preços - Técnica e Preço - nº 030/2018, da Prefeitura Municipal de Francisco Beltrão - Estado do Paraná, cabe citar Maria Sylvia Zanella Di Pietro:¹

A inobservância de exigências formais, por um licitante, necessariamente leva à sua inabilitação ou desqualificação, conforme o caso. A Comissão Permanente de Licitações não pode relevar as falhas formais, a não ser em casos absolutamente excepcionais, em que a irregularidade se supera por outros elementos constantes dos autos; caso contrário, haveria ofensa aos princípios da legalidade, da vinculação ao edital e da isonomia."

Segue a doutrinadora:²

"Além disso, estando as exigências contidas no instrumento convocatório, de forma expressa, elas impõem-se a todos os licitantes, porque todos a ele se vinculam. A Lei 8.666, além de mencionar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório no art. 3º, ainda repete, no art. 41, a mesma exigência, determinando que a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada."

¹ Di Pietro, Maria Sylvia Zanella, Temas Polêmicos sobre Licitações e Contratos, Ed. Malheiro Editores, p. 40, 4ª Edição, São Paulo, 2000.

² Idem

glis

Dessa forma, manter a classificação e notas das empresas **ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA** e **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA**, de forma a permanecer indiferente aos motivos aqui explicitados, implica flagrante desrespeito ao princípio constitucional da legalidade (Art. 37, caput) da Administração Pública, visto que o ordenamento jurídico brasileiro é muito claro quanto à obrigação do Estado e seus agentes de fazerem ou deixarem de fazer somente aquilo que está previsto em lei. Diante de tal situação, o processo licitatório acaba por ser ferido de morte em um dos seus aspectos mais básicos, passível de nulidade.

Diante do exposto, pleiteia a Recorrente o recebimento e provimento do presente recurso para que seja revista a decisão em manter a classificação e notas das concorrentes mencionadas, mesmo sem observar os itens do edital já citados e, por fim, e não menos importante, **desclassificar** as empresas **ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA** e **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA** do certame por descumprimento do edital, conforme exaustivamente demonstrado neste recurso.

Todavia, caso não seja este o entendimento desta Comissão Julgadora, o que somente se admite à título de argumentação, requer que ao menos as notas concedidas às licitantes **ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA** e **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA** é que sejam revistas e rebaixadas, conforme a importância de cada tópico presente nesse recurso.

Caso estes fatos sejam ignorados pela Comissão Especial de Licitação, tomaremos as medidas cabíveis, incluindo informar ao Ministério Público Estadual acerca de possíveis favorecimentos a tais agências.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Cascavel, 04 de dezembro de 2018.



Elvis Candido Lima
CPF 394.149.149-00
Administrador

BlancoLima Comunicação e Marketing Eireli
CNPJ 72.491.186/0001-30

72.491.186/0001-30

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO
E MARKETING EIRELI

RUA PRESIDENTE KENNEDY, 2802
COQUEIRAL - CEP 85807-080
CASCAVEL PARANÁ



MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO
Estado do Paraná



Rua Octaviano Teixeira dos Santos, 1000 Caixa Postal 51 - Fones (46) 3520-2103 / (46)3520-2107 - CEP: 85601-030
CNPJ 77.816.510/0001-66 - e-mail: licitacoes@franciscobeltrao.com.br webpage: www.franciscobeltrao.pr.gov.br

FOLHA DE ATA Nº 368/2018
ATA DA SESSÃO REALIZADA PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA (VIA IDENTIFICADA); E RESULTADO DO JULGAMENTO GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, RELATIVOS À LICITAÇÃO MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS Nº 030/2018. OBJETO: contratação de uma agência de publicidade para prestação de serviços inerentes à atividade publicitária, para atender as necessidades da Administração Municipal.

Aos vinte e oito dias do mês de novembro do ano de dois mil e dezoito, às quatorze horas, na sala de licitações da Prefeitura Municipal, esteve reunida a Comissão de Licitações nomeada através da Portaria nº 229/2018, de dezessete de maio de dois mil e dezoito, composta por NILEIDE T. PERSZEL como presidente, e os membros: SUZANE VOLLMERHAUSEN e PRISCILA DE LUCA para realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos: Abertura dos envelopes de número 02 proposta técnica (via identificada) da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (item 10.6.1 do Edital); Comparação entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária para confirmação de autoria (item 10.6.2 do Edital); Elaboração de Planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica (item 10.6.3 do Edital) e Proclamação do resultado do julgamento geral das propostas técnicas (Envelopes nºs 01,02 e 03) registrando-se as propostas desclassificadas e a respectiva ordem de classificação (item 10.6.4 do Edital). Foram convocadas as licitantes: AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI e ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA participantes da Tomada de Preços nº 030/2018. A convocação para o ato se deu conforme disposição no item 10.6 do edital publicado no Jornal de Beltrão (órgão de imprensa oficial do Município) edição nº 6584 do dia 24/11/2018 página 5A Diário Oficial dos Municípios/AMP www.diariomunicipal.com.br/amp/ edição nº 1640 do dia 27/11/2018 página 69 e portal www.franciscobeltrao.pr.gov.br. Aberta a sessão, a comissão registra a presença das licitantes: AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI e ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA; Representadas respectivamente nesta sessão por Danieli Zimermann Freese, Elvis Candido Lima e Edson Adriano Amaro; a primeira não credenciada. A Comissão Permanente de Licitação recebeu os envelopes 01 e 03 da Subcomissão Técnica com as atas de reuniões realizadas para análise técnica e relatórios de pontuação, grampeados nos respectivos envelopes. Em relação ao Envelope nº 01 - Proposta Técnica (via não identificada) do Plano de Comunicação Publicitária, a Subcomissão Técnica analisou o conteúdo dos envelopes de maneira individualizada efetuando a pontuação dos itens previstos no edital conforme consta nas Folhas de Ata nº 351/2018 e 352/2018 acompanhadas de relatório de pontuação sendo: RACIOCÍNIO BÁSICO primeiro envelope média 10,33; segundo envelope média 11,60; terceiro envelope média 12,66 e quarto envelope média 12,33. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA primeiro envelope média 12,00; segundo envelope média 16,33; terceiro envelope média 17,00 e quarto envelope média 16,66. IDÉIA CRIATIVA primeiro envelope média 10,33; segundo envelope média 15,33; terceiro envelope média 17,00 e quarto envelope média 13,00. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA primeiro envelope média 12,66; segundo envelope média 11,33; terceiro envelope média 13,00 e quarto envelope média 13,00. Em relação ao envelope nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA CONJUNTO DE INFORMAÇÕES, a Subcomissão Técnica efetuou análise e julgamento conforme Folha de Ata nº 353/2018 acompanhada de relatório de pontuação sendo: a licitante ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA – ME no quesito CAPACIDADE DE ATENDIMENTO obteve a média de 11,66 e PORTIFÓLIO DO LICITANTE média de 12,66. A licitante DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI no quesito CAPACIDADE DE ATENDIMENTO obteve a média de 10,66 e PORTIFÓLIO DO LICITANTE média de 10,00 pontos. A licitante AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA no quesito CAPACIDADE DE ATENDIMENTO obteve a média de 12,00



FOLHA DE ATA Nº 369/2018

ATA DA SESSÃO REALIZADA PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA (VIA IDENTIFICADA); E RESULTADO DO JULGAMENTO GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, RELATIVOS À LICITAÇÃO MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS Nº 030/2018. OBJETO: contratação de uma agência de publicidade para prestação de serviços inerentes à atividade publicitária, para atender as necessidades da Administração Municipal.

pontos e PORTIFÓLIO DO LICITANTE média de 11,50 pontos; A licitante BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI no quesito CAPACIDADE DE ATENDIMENTO obteve a média de 13,16 pontos e PORTIFÓLIO DO LICITANTE média de 12,66 pontos. A seguir a Comissão Permanente de Licitação, de posse dos envelopes de nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA conferiu junto aos presentes os envelopes devidamente lacrados e não violados. A seguir passou a abertura dos envelopes de para a comparação entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e confirmação de autoria (envelopes nº 01 e 02). A Comissão Especial de Licitação elaborou Planilha geral com pontuações atribuídas a cada um dos quesitos conforme tabela anexa a presente ata e após, realizou o cálculo das notas técnicas apresentada pela subcomissão técnica, relativas aos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações, constantes nos envelopes nº 01 e 03. Realizado o cálculo apurou-se as seguintes pontuações: A licitante AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA obteve pontuação aritmética do conteúdo do envelope nº 01 - Plano de Comunicação publicitária de 54,65 (cinquenta e quatro vírgula sessenta e cinco) pontos, do conteúdo do envelope nº 03 – Conjunto de Informações obteve pontuação aritmética de 23,50 (vinte e três vírgula cinquenta) pontos, com somatória das notas obtidas a licitante obteve nota técnica geral de 78,15 (setenta e oito vírgula quinze) pontos. A licitante BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI obteve pontuação aritmética do conteúdo do envelope nº 01 - Plano de Comunicação publicitária de 54,99 (cinquenta e quatro vírgula noventa e nove) pontos, do conteúdo do envelope nº 03 – Conjunto de Informações obteve pontuação aritmética de 25,82 (vinte e cinco vírgula oitenta e dois) pontos, com somatória das notas obtidas a licitante obteve nota técnica geral de 80,81 (oitenta vírgula oitenta e um) pontos. A licitante DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI obteve pontuação aritmética do conteúdo do envelope nº 01 - Plano de Comunicação publicitária de 45,32 (quarenta e cinco vírgula trinta e dois) pontos, do conteúdo do envelope nº 03 – Conjunto de Informações obteve pontuação aritmética de 20,66 (vinte vírgula sessenta e seis) pontos, com somatória das notas obtidas a licitante obteve nota técnica geral de 65,98 (sessenta e cinco vírgula noventa e oito) pontos. A licitante ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA obteve pontuação aritmética do conteúdo do envelope nº 01 - Plano de Comunicação publicitária de 59,66 (cinquenta e nove vírgula sessenta e seis) pontos, do conteúdo do envelope nº 03 – Conjunto de Informações obteve pontuação aritmética de 24,32 (vinte e quatro vírgula trinta e dois) pontos, com somatória das notas obtidas a licitante obteve nota técnica geral de 83,98 (oitenta e três vírgula noventa e oito) pontos. Na ordem de classificação resultaram: em primeiro lugar a licitante ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA com nota técnica geral de **83,98 (oitenta e três vírgula noventa e oito) pontos**; em segundo lugar a licitante BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI com nota técnica geral de **80,81 (oitenta vírgula oitenta e um) pontos**; em terceiro lugar AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA com nota técnica geral de **78,15 (setenta e oito vírgula quinze) pontos**; em quarto lugar DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI com nota técnica geral de **65,98 (sessenta e cinco vírgula noventa e oito) pontos**. A comissão e os representantes presentes rubricaram a documentação e nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão às quinze horas e cinquenta minutos e lavrada a presente ata que segue assinada pelos seus membros e participantes que assim desejarem.



MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO

Estado do Paraná



Rua Octaviano Teixeira dos Santos, 1000 – Caixa Postal 51 - Fones (46) 3520-2103 / (46)3520-2107 - CEP: 85601-030
CNPJ 77.816.510/0001-66 - e-mail: licitacoes@franciscobeltrao.com.br – webpage: www.franciscobeltrao.pr.gov.br

FOLHA DE ATA Nº 370/2018

ATA DA SESSÃO REALIZADA PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA (VIA IDENTIFICADA); E RESULTADO DO JULGAMENTO GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, RELATIVOS À LICITAÇÃO MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS Nº 030/2018. OBJETO: contratação de uma agência de publicidade para prestação de serviços inerentes à atividade publicitária, para atender as necessidades da Administração Municipal.

NILEIDE T. PERSZEL
Presidente CPL

SUZANE VOLLMERHAUSEN
Membro CPL

PRISCILA DE LUCA
Membro CPL

Elvis Candido Lima
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E
MARKETING EIRELI

Edson Adriano Amaro
ADAMO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE
LTDA



MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO
Estado do Paraná



DESPACHO

DATA : 06/12/2018
PROCESSO N.º : 11147/2018
RECORRENTE : BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI
TOMADA DE PREÇOS N.º : 030/2018
ASSUNTO : RECURSO ADMINISTRATIVO

Trata-se de recurso administrativo interposto pela licitante BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, contra a decisão lavrada na ata da reunião realizada em 28/11/2018, quando foram classificadas as participantes do certame, com relação à proposta técnica, no processo licitatório realizado através da Tomada de Preços n.º 030/2018, cujo objeto é a contratação de agência de publicidade.

A recorrente solicita a desclassificação das empresas Adamo Agência de Publicidade Ltda. e Agência de Publicidade Tig Ltda.

Encaminhamos para análise jurídica do pleito e posterior emissão de parecer pela Procuradoria Jurídica.

Segue em anexo o processo licitatório n.º 030/2018, na íntegra.


Priscila de Luca

Presidente da Comissão
Provisória de Licitação
Portaria n.º 494/2018



MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO
Estado do Paraná



PARECER JURÍDICO N.º 1313/2018

PROCESSO N.º : 11147/2018
RECORRENTE : BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA
TOMADA DE PREÇOS N.º : 30/2018
INTERESSADOS : PREFEITO MUNICIPAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
ASSESSORIA MUNICIPAL DE IMPRENSA
ASSUNTO : RECURSO ADMINISTRATIVO

1 RETROSPECTO

Trata-se de recurso administrativo interposto pela empresa **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** contra ato praticado pela Comissão de Licitação, na sessão pública realizada em 28 de novembro de 2018, referente à Tomada de Preços n.º 30/2018, cujo objeto é a contratação de serviços de Agência de Publicidade.

Alega, em apertada síntese, que a licitante *Ádamo Agência de Publicidade Ltda - ME* descumpriu os itens 11.3.4, 11.5 e 11.5.1 do edital, bem como que a licitante *Agência de Publicidade TIG Ltda* descumpriu o item 11.3.4 do edital, apontando impropriedades na Proposta Técnica das mesmas e requerendo a reforma da decisão recorrida, considerando desclassificadas as propostas técnicas das Recorridas. Sem documentos.

A Comissão de Licitação encaminhou os autos para esta Procuradoria Jurídica Municipal para avaliar a admissibilidade do recurso, acompanhados da integralidade do processo licitatório n.º. 804/2018 (Tomada de Preços n.º. 30/2018).

É o relatório.

2 JUÍZO DE ADMISSIBILIDADE

O juízo de admissibilidade do presente recurso deve levar em consideração a regra geral prevista no art. 109, *caput* e inc. I, letra "b", da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993¹.

Na espécie, o recurso foi interposto por parte legítima (a **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** participa do certame), interessada (já que pretende a desclassificação de outras licitantes), endereçado à autoridade competente, adequadamente motivado e devidamente representado (vide ata da sessão).

No que tange à tempestividade, a sessão que divulgou o resultado de classificação das propostas técnicas foi realizada em 28/11/2018 (quarta-feira), sendo que a publicação da decisão ocorreu em 29/11/18 (quinta-feira). Estando presente o representante da Recorrente

¹ "Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de: (...) b) julgamento das propostas;"



MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO
Estado do Paraná



na data da sessão (28/11/18), considera-se que a mesma restou devidamente intimada e, assim, o prazo para a interposição de recurso teve início em 29/11/2018 (quinta-feira), findando em 05/12/2018 (quarta-feira), sendo que o recurso interposto pela Recorrente foi protocolado em 05/12/2018 (vide capa do processo). Portanto, conclui-se pela **tempestividade** do mesmo.

Os prazos do processo administrativo têm início na data da intimação oficial, excluindo-se da contagem o dia do começo e incluindo-se o do vencimento (art. 66, *caput*,² da Lei n.º 9.784/99).

Superado o juízo de admissibilidade, passa-se ao exame do mérito.

3 DA NECESSIDADE DE DILIGÊNCIA

Dentre outros questionamentos, a Recorrente alega que a licitante *Ádamo Agência de Publicidade Ltda - ME* informou possuir vínculo contratual com o Município de Francisco Beltrão no período de 2012 a 2015, estando assim em desacordo com o item 11.5.1, alínea "d", do edital, que estabelece a comprovação para o período dos últimos 03 anos.

Assim, verifica-se que o seu questionamento se refere ao atendimento de aspectos formais do edital.

Não são raras as vezes que, para superar obstáculos surgidos ao longo do procedimento licitatório, o órgão responsável pela condução dos trabalhos e processamento de todo o certame, seja ele colegiado (comissão de licitação) ou singular (pregoeiro), deverá, buscar esclarecimentos, elucidar pontos controvertidos, confirmar informações, realizar vistorias, pesquisas, colher opiniões de técnicos especializados para só então, com as questões totalmente aclaradas e pacificadas, poder decidir com tranquilidade e segurança, objetivando, com isso, a boa e correta execução do objeto pretendido.

Havendo dúvidas relativas a documentos de habilitação, dados, informações, descrição do objeto e proposta, a análise não deve se limitar ao aspecto meramente formal, de simples verificação do atendimento e validade dos requisitos fixados no instrumento convocatório, mas deve, sim, ser investigada a autenticidade e veracidade fática, jurídica e técnica daquilo que fora suscitado, para que seja alcançada a decisão mais acertada em face da verdade material.

Nesse sentido é que a Lei n.º 8.666/93 consigna em seu art. 43, § 3º, o fundamento legal para a promoção de diligências nas licitações, estabelecendo o seguinte comando: *"É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta."*

Portanto, embora se mostre pertinente a diligência apontada pela Recorrente, não se vislumbra a necessidade de intimação da licitante *Ádamo Agência de Publicidade Ltda - ME*

² "Art. 66. Os prazos começam a correr a partir da data da cientificação oficial, excluindo-se da contagem o dia do começo e incluindo-se o do vencimento."



MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO
Estado do Paraná



para comprovar o período de contratação com este Município, pois tratam-se de informações constantes e disponíveis no sistema de dados da municipalidade, de modo a ensejar apenas a pesquisa e juntada a este processo pelo Departamento competente.

4 CONCLUSÃO

ANTE O EXPOSTO, com fulcro no art. 109, *caput*, I, *b*, da Lei n.º 8.666/93 c/c o art. 66, *caput*, da Lei n.º 9.784/99, opina-se pelo CONHECIMENTO do recurso administrativo interposto pela BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Por força do § 2º, do art. 109 da Lei de Licitações e Contratos,³ o recurso deverá ser recebido pelo Presidente da Comissão Permanente de Licitações em seus EFEITOS DEVOLUTIVO E SUSPENSIVO, o que implica a suspensão da Tomada de Preços n.º 30/2018 até que o presente recurso seja julgado.

As demais licitantes deverão ser intimadas para que, querendo, apresentem **contrarrazões**, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, garantindo-se, assim, o contraditório e a ampla defesa (arts. 5º, LV, da Constituição Federal⁴ e 109, § 3º, da Lei n.º 8.666/1993⁵).

Ao mesmo tempo, solicita-se o encaminhamento dos autos para o Departamento Municipal de Compras, Licitações e Contratos para que seja efetuada pesquisa e juntada a este processo de cópia de eventuais contratações existentes entre o Município e a licitante *Ádamo Agência de Publicidade Ltda - ME*.

Após, retornem a esta Procuradoria para os devidos fins.

É o parecer, submetido à honrosa apreciação de Vossa Senhoria.

Francisco Beltrão/PR, 07 de dezembro de 2018.

Camila Slongo Pegoraro Bonte

CAMILA SLOGO PEGORARO BONTE
DECRETOS 040/2015 – 013/2017
OAB/PR 41.048

³ “Art. 109. (...) § 2º. O recurso previsto nas alíneas “a” e “b” do inciso I deste artigo terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.”

⁴ “Art. 5º. (...) LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;”

⁵ “Art. 109. (...) § 3º. Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.”