

## Protocolo 5.117/2023

---

**De:** KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO  
**Para:** SEMGOV - CPL - Comissão Permanente de Licitação  
**Data:** 23/06/2023 às 19:33:08

**Setores (CC):**

SEMGOV - CPL

**Setores envolvidos:**

SEMCS, SEMGOV - CPL

### SG - Recurso a procedimento licitatório

---

**Entrada\*:**

Site

ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO –  
PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU/RJ

Concorrência nº 03/2023

BREVE CI - KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA vem à presença de Vossas Senhorias, apresentar RECURSO ADMINISTRATIVO contra a classificação final das licitantes conforme documentação anexa.

Desde já agradecemos

**Anexos:**

Breve\_7a\_Alterac\_a\_o\_310821\_2\_.pdf

CNH\_Digital\_Kiara\_2\_.pdf

Kiara\_Vasconcelos\_comprovante\_reside\_ncia\_Light\_venc\_100623\_2\_.pdf

Recurso\_Administrativo\_Breve\_Casimiro\_de\_Abreu\_23\_06\_2023\_2\_.pdf

Assinado digitalmente (emissão) por:

Assinante	Data	Assinatura
Breve Ci	23/06/2023 19:35:35	1Doc KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO CNPJ 03.844.452/0...

Para verificar as assinaturas, acesse <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/verificacao/> e informe o código: **1243-0216-6636-1AF1**



## KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA.

### 7ª ALTERAÇÃO CONTRATUAL

**KIARA PINTO VASCONCELOS**, brasileira, publicitária, casada no regime de comunhão parcial de bens, nascida em 19/02/1973 em Ipatinga (MG), residente e domiciliada na rua do Rezende, 190 apto 915, Centro, Rio de Janeiro, CEP: 20231-092, Rio de Janeiro (RJ), portadora da carteira de identidade M-5.604.874 SSP-MG e do CPF 895.779.496-49; **FABIO VALENÇA**, brasileiro, empresário, casado no regime de comunhão parcial de bens, nascido em 26/10/1949 em Belo Horizonte (MG), residente e domiciliado na rua do Rezende, 190 apto 915, Centro, Rio de Janeiro, CEP: 20231-092, Rio de Janeiro (RJ), portador da carteira de identidade MG-321.237 SSP/MG e do CPF 078.427.596-34; e **RACHEL SIQUEIRA VALENÇA**, brasileira, administradora de empresas, solteira, nascida em 12/12/79 em Belo Horizonte (MG), residente e domiciliada na Rua Padre Rolim, 395 apto 702, Bairro Santa Efigênia, CEP: 30.130-090, Belo Horizonte (MG), portadora da carteira de identidade M-8.729.868 SSP/MG e do CPF 040.958.346-41, únicos sócios da Sociedade Simples Limitada **KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA.** conforme contrato social arquivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas - Jero Oliva, sob o nº 104.506 - Livro A - em 10/07/2000 e última alteração averbada sob o nº 20 em 12.04.2018 e registro no CNPJ sob o nº 03.844.452/0001-48; resolvem proceder a nova alteração no referido contrato e o fazem mediante cláusulas e condição seguintes:

- a) É constituída uma filial, que será instalada na rua R, número 12 do Condomínio Casamares, situado na Rodovia Amaral Peixoto s/n, km 106, bairro Balneário em São Pedro da Aldeia/RJ, CEP: 28948-798, com o mesmo ramo de exploração.

### CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

Diante da alteração antes aprovada, os sócios decidem consolidar o contrato social, que passará vigorar nos termos a seguir:

### CLÁUSULA PRIMEIRA - DENOMINAÇÃO

A sociedade gira sob a denominação social **KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA.** e iniciou suas atividades em 30/05/2000.

### CLÁUSULA SEGUNDA - SEDE, FORO E PRAZO DE DURAÇÃO

A sociedade tem sede e foro na Rua Alagoas, 1.314 sala 1108, Shopping 5ª Avenida, Savassi, CEP: 30.130-913, Belo Horizonte (MG), e passa a ter filial na rua R, número 12 do Condomínio Casamares, situado na Rodovia Amaral Peixoto s/n, km 106, bairro Balneário em São Pedro da Aldeia/RJ, CEP: 28948-798, podendo abrir e manter novas filiais e outros estabelecimentos no país ou no exterior.

### CLÁUSULA TERCEIRA - OBJETIVO SOCIAL

O objetivo da sociedade: A sociedade tem por objetivo a prestação de serviços de publicidade e propaganda, bem como atividades complementares e vinculadas à atividade principal.



#### CLÁUSULA QUARTA - CAPITAL SOCIAL

O capital social é de R\$ 468.000,00 (quatrocentos e sessenta e oito mil reais), divididos em 468.000 (quatrocentos e sessenta e oito mil) quotas de R\$ 1,00 (hum real) cada uma, assim distribuídas entre os quotistas:

NOME DOS SÓCIOS	Nº DE COTAS	%	VALOR EM R\$
<b>KIARA PINTO VASCONCELOS</b>	269.000	57,48%	269.000,00
<b>FABIO VALENÇA</b>	190.840	40,78%	190.840,00
<b>RACHEL SIQUEIRA VALENÇA</b>	8.160	1,74%	8.160,00
<b>Totalizando</b>	<b>468.000</b>	<b>100%</b>	<b>468.000,00</b>

**§ ÚNICO:** A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, conforme Artigo 1052 do Código Civil/2002.

#### CLÁUSULA QUINTA - ADMINISTRAÇÃO

A administração e gerência da sociedade será exercida exclusivamente pelos sócios administradores **KIARA PINTO VASCONCELOS** e **FÁBIO VALENÇA**, já qualificados, em CONJUNTO ou ISOLADAMENTE, somente em negócios de exclusivo interesse da sociedade, podendo representa-la perante repartições públicas, Federais, Estaduais, Municipais e Autárquicas, especificamente o INSS, Receita Federal, Empresas Privadas, inclusive bancos ficando, entretanto, vedado o uso da denominação social em negócios alheios aos objetivos sociais desta, tais como avais, fianças, endossos e outras responsabilidades de mero favor, mesmo a favor dos sócios em particular.

As deliberações sociais serão aprovadas por maioria absoluta de votos, quando a legislação não exigir unanimidade.

Os sócios declaram que não há interesse por parte dos mesmos em efetuar retiradas pró labore para remunerar qualquer de suas atividades, optando-se pela distribuição de lucros.

**§ ÚNICO:** A sociedade será administrada com o nome fantasia denominado: **BREVE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**.

#### CLÁUSULA SEXTA - CESSÃO DE QUOTAS

As quotas primitivas, bem como outras que advirem, não poderão ser cedidas ou transferidas, sem o consentimento expresso do sócio remanescente, o qual terá direito de preferência em igualdade de condições com terceiros e na proporção das quotas que possuírem, observando o seguinte:

- I - Os sócios deverão ser comunicados por escrito para se manifestarem a respeito da transferência no prazo de 30 (trinta) dias.
- II - Findo o prazo para o exercício da preferência, sem que os sócios se manifestem ou havendo sobras, poderão as quotas serem cedidas ou alienadas a terceiro.

A sociedade não se dissolverá com o falecimento de qualquer dos sócios, mas prosseguirá com os remanescentes, pagando a sociedade ou os sócios remanescentes aos herdeiros do falecido, sua quota de capital e sua parte nos lucros líquidos apurados até a data do falecimento, pela seguinte forma: 20 % (vinte por cento) no prazo de três meses, 30% (trinta por cento) no prazo de seis meses e 50% (cinquenta por cento) no prazo de doze meses, a contar da data do falecimento.



### CLÁUSULA SÉTIMA - ANO SOCIAL

O ano social coincide com o ano civil. Ao final de cada ano, levantar-se-á um balanço geral. Os lucros ou prejuízos verificados, terão sua destinação definida pelos sócios.

### CLÁUSULA OITAVA - DECLARAÇÃO

Os sócios declaram sob suas responsabilidades individuais, que não estão impedidos por lei especial e nem condenados ou encontrarem-se sob efeito de condenação, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato; ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, a fé pública ou a propriedade.

E, por estarem justos e combinados, assinam o presente instrumento particular de contrato social, em 03 (três) vias de igual teor e forma, perante testemunhas.

Belo Horizonte, 18 de agosto de 2021.

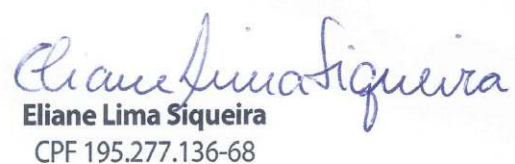
  
KIARA PINTO VASCONCELOS

  
FÁBIO VALENÇA

  
RACHEL SIQUEIRA VALENÇA

TESTEMUNHAS:

  
Rodrigo Siqueira Valença  
CPF 038.513.956-03

  
Eliane Lima Siqueira  
CPF 195.277.136-68

KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA

AVERBADO(A) sob o nº 21, no registro 104506, no Livro A, em 31/08/2021

Belo Horizonte, 31/08/2021

*Osante*

Emol:(6426-1) R\$ 110.23 TFJ: R\$ 39.73 Rec: R\$ 6.61 Iss:6.51 - Total: R\$ 162.08

Emol:(8101-9) R\$ 26.28 TFJ: R\$ 8.72 Rec: R\$ 1.56 Iss:1.32 - Total: R\$ 37.88

Escritores: ( ) José Nadi Neri - Oficial ( ) Ana Paula Neri Silveira - Escrevente Substituta  
( ) Eidy Wesley Rodrigues Mendes ( ) Anibal Stackauskas Dias Da Silva ( ) Eden Silva Pinto De Carvalho



PODER JUDICIÁRIO - TJMG  
CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA  
Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte - MG

Selo Eletronico Nº EXZ88701  
Cód. Seg.: 1100.0156.6894.1567

Quantidade de Atos Praticados: 00005

Atos(s) Praticado(s) por: José Nadi Néri - Oficial

Emol:R\$ 144.68 TFJ: R\$ 48.45 Total: R\$ 193.13 ISS: R\$ 6.83

Consulta a validade deste Selo no site <https://selos.tjmg.jus.br>



KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA

AVERBAÇÃO nº 21, no registro 104506, no Livro A, Examinada, Conferida e qualificada.

Belo Horizonte, 31/08/2021

*Osante*

Emol:(6601-9) R\$ 18.08 TFJ: R\$ 5.54 Rec: R\$ 1.09 Iss:0.90 - Total: R\$ 25.61

Escritores: ( ) José Nadi Neri - Oficial ( ) Ana Paula Neri Silveira - Escrevente Substituta  
( ) Eidy Wesley Rodrigues Mendes ( ) Anibal Stackauskas Dias Da Silva ( ) Eden Silva Pinto De Carvalho



PODER JUDICIÁRIO - TJMG  
CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA  
Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte - MG

Selo Eletronico Nº EXZ88706  
Cód. Seg.: 6319.0810.0096.6269

Quantidade de Atos Praticados: 00001

Atos(s) Praticado(s) por: Sabrina Santos - Auxiliar

Emol:R\$ 19.17 TFJ: R\$ 5.54 Total: R\$ 24.71 ISS: R\$ 0.90

Consulta a validade deste Selo no site <https://selos.tjmg.jus.br>





**REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL**  
 MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA  
 DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO  
 CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO



NOME  
KIARA PINTO VASCONCELOS

DOC. IDENTIDADE/ÓRG EMISSOR/UF  
M5604874 SSP MG

CPF 895.779.496-49 DATA NASCIMENTO 19/02/1973

FILIAÇÃO  
MURILO VALADARES DE VASCONC ELOS  
MARIA INES PINTO VASCONCELO S

PERMISSÃO ACC CAT. HAB. B

Nº REGISTRO 02156986891 VALIDADE 16/03/2032 1ª HABILITAÇÃO 26/03/1997

OBSERVAÇÕES

ASSINATURA DO PORTADOR  
*Kiara Pinto Vasconcelos*

LOCAL BELO HORIZONTE, MG DATA EMISSÃO 17/03/2022

ASSINADO DIGITALMENTE DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO 00065763455 MG613435800

**MINAS GERAIS**

**DENATRAN CONTRAN**

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL  
2367167359

QR-CODE



Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: < <http://www.serpro.gov.br/assinador-digital> >, opção Validar Assinatura.

**SERPRO / DENATRAN**



**Classificação:** Grupo B / Subgrupo B1 Residencial / Residencial

**Tipo de Fornecedor:** Trifásico

**KIARA PINTO VASCONCELOS**  
R REZENDE 190 AP 915  
CENTRO(RJ) / RIO DE JANEIRO, RJ  
CEP 20231-092  
CPF 895.779.496-49  
Conta Contrato: 10137318591

**CÓDIGO DA INSTALAÇÃO**

0430047125

**CÓDIGO DO CLIENTE**

33147889

**DATAS DE LEITURAS**

**Leitura anterior**  
24/04/2023

**Leitura atual**  
23/05/2023

**Nº de dias**  
29

**Próxima Leitura**  
22/06/2023



NOTA FISCAL Nº 3997931 - SÉRIE 06 / DATA DE EMISSÃO: 10/06/2023

Consulte pela Chave de Acesso em:

<http://dfe-portal.sefazvirtual.rs.gov.br/NF3e/consulta>

Chave de acesso:

33230660444437000146660060039979311046048524

Protocolo de autorização: 3332300038464381 - 10/06/2023 às 11:51:15

REF: MÊS / ANO	VENCIMENTO	TOTAL A PAGAR
MAI/2023	10/06/2023	R\$ 207,37

Itens de fatura	Unid.	Quant.	Preço unit (R\$) com tributos	Valor (R\$)	PIS/COFINS (R\$)	Base Calc. ICMS (R\$)	Alíquota. ICMS (%)	ICMS (R\$)	Tarifa unit. (R\$)	Tributo	Base de Cál. (R\$)	Alíquota (%)	Valor (R\$)
Entrada				207,37									
<b>TOTAL</b>					0,00	0,00		0,00					
Coloque sua conta em débito automático. Ref. Bancária 010137318591													

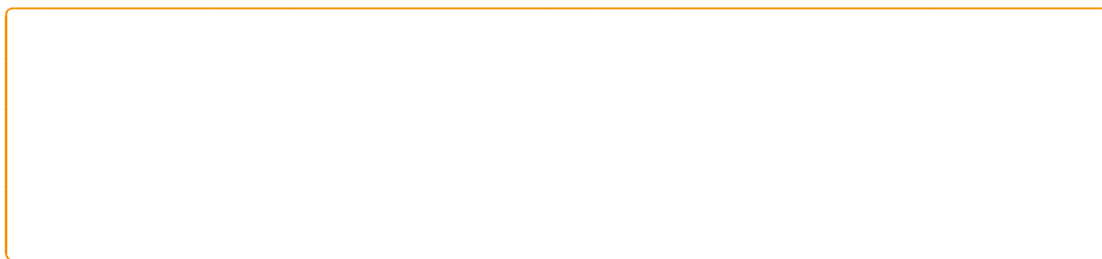
CONSUMO / kWh		
CONSUMO FATURADO	Nº DIAS FAT	
MAI/23 -----	126	29
ABR/23 -----	140	31
MAR/23 -----	196	30
FEV/23 -----	383	37
JAN/23 -----	0	0
DEZ/22 -----	0	0
NOV/22 -----	0	0
OUT/22 -----	0	0
SET/22 -----	0	0
AGO/22 -----	0	0
JUL/22 -----	0	0
JUN/22 -----	0	0
MAI/22 -----	0	0

Medidor	Grandezas	Postos horários	Leitura Anterior	Leitura Atual	Const Medidor	Consumo kWh
10434124	Energia kWh	Tarifa Convencional	1.505	1.631	1	0

**Reservado ao Fisco**



**PAGUE ESTA FATURA VIA PIX**



VENCIMENTO	TOTAL A PAGAR	CÓDIGO DO CLIENTE
10/06/2023	*****207,37	33147889

**MAI/2023**

Autenticação Mecânica

8364000002.9.07370053107.9.60894237111.3.10137318591.3



## ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO – PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU/RJ

### Concorrência nº 03/2023

**BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA.** (também “Recorrente” ou “BREVE”), já qualificada, e com sede em endereço já informado nos autos do processo administrativo do certame, em epígrafe, vem à presença de Vossas Senhorias, tempestivamente, por intermédio de seu representante legal, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO contra a classificação final das licitantes, nos termos do item 22.1 do edital e do artigo 109, inciso I, “b” da Lei nº 8.666/1993, conforme o seguinte.**

### 1) RELATÓRIO DOS FATOS.

Inicialmente faz-se oportuno ressaltar que o presente recurso é tempestivo, uma vez que, nos termos do subitem 22.1 do instrumento convocatório, *“recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata”*. Dessarte, a Secretaria Municipal de Governo, mediante despacho nº 1-5.069/2023, de lavra do Sr. Régis Silva Bento (presidente desta colenda CPL), esclareceu que para o protocolo eletrônico no link: <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/b.php?pg=wp/wp&itd=5> “desde que seja dentro da data limite, **não existe limite de horário**”. Ou seja, são tempestivos os recursos interpostos até às 23:59, do dia 23 de junho de 2023.

Dito isso, passa-se a expor os fatos. A Agência BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA (“BREVE” ou “Recorrente”) é licitante na Concorrência nº 03/2023, realizada pela Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura de Casimiro de Abreu/RJ, por meio do critério de julgamento “melhor técnica”, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 1 (uma) agência de publicidade.

No dia 16 de junho de 2023, ocorreu a Segunda Sessão Pública para a abertura e identificação dos envelopes não-identificados das propostas técnicas, conforme Ata redigida e assinada pelos presentes. Apuradas as notas, a ordem de classificação restou assim definida:



Classificação	Licitante	Pontuação
1ª	AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA	87,16
2ª	BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA	81,33
<b>Desclassificada</b>	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LABI LTDA	45,99

Ocorre que tanto o Invólucro nº 1 quanto o Invólucro nº 3 da licitante AZIMUTH (agência classificada em primeiro lugar) possuem incontáveis vícios e violações graves às previsões do edital, da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 8.666/1993 – não percebidos pela ilustre Subcomissão Técnica –, mas que impreterivelmente devem ensejar a sua **desclassificação**.

Infelizmente, as irregularidades que maculam a proposta da licitante AZIMUTH são tão flagrantes que, caso não seja desclassificada, poderão macular por completo a higidez do certame, tornando-o nulo. A continuidade da licitação da forma como está configuraria situação grave e erro grosseiro, passível de questionamentos até mesmo por órgãos de controle, a exemplo do Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro (TCE/RJ) e do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (MPRJ), na hipótese de perceberem indícios de direcionamento ilícito e de dano ao erário.

Em síntese, a concorrente AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA deve ser desclassificada do presente certame por conta de **irregularidades gravíssimas**, independentes e autônomas entre si:

- i) Seu **Invólucro nº 1** (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) viola incontáveis regras expressas do instrumento convocatório, comprometendo não apenas a isonomia do julgamento e a competitividade do certame, mas o caráter apócrifo da proposta:
  - (1) Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.2, “b” e “e” do edital, a agência AZIMUTH apresentou a via não identificada da proposta com **capa plástica e recuos**;
  - (2) Em descumprimento ao disposto no subitem 11.2.6 do edital, **desrespeitou o limite máximo de páginas** dos subquesitos, extrapolando-se seu *quantum* em 40%;

- (3) Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.3, “a”, 11.3.3.1 e 11.3.3.2 do edital, não foi apresentada a **relação de peças da Ideia Criativa**, com distinção entre as que seriam corporificadas ou não, e não houve explicitação da **finalidade e funções táticas** das peças propostas;
  - (4) Em descumprimento ao disposto no subitem 11.3.3.3.6 do edital, a forma como foram apresentadas as peças da Ideia Criativa **impossibilitam o cotejo com o caderno**, que sequer contém relação de peças;
  - (5) Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.3.3 e 11.3.3.4 do edital, poderiam ser apresentadas, no máximo, 10 (dez) peças corporificadas, contudo, a agência AZIMUTH apresentou **13 (treze) exemplos de peças publicitárias corporificadas**, extrapolando o *quantum* máximo em 30%;
  - (6) Em descumprimento ao disposto no subitem 11.3.4 do edital, a **Estratégia de Mídia e Não Mídia está incompleto**, pois não apresenta a defesa da estratégia de mídia, assim como não aborda a tática de mídia. Além disso, o subquesto também não informa o formato das peças, o período de veiculação, a quantidade de inserções e o nome dos programas, e não são apresentadas as simulações dos parâmetros de cobertura e frequência;
  - (7) Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.2 e 12.1.2 do edital, o conteúdo evidentemente precário e incompleto do subquesto **Estratégia de Comunicação Publicitária foi incorretamente pontuado com nota máxima**, não obstante não ter abordado os públicos, objetivos e verba, como determinou o edital.
- ii) Seu **Invólucro nº 3** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) consegue ser tão irregular quanto o Invólucro nº 1, pois viola praticamente todas as disposições editalícias concernentes ao conteúdo e a formatação dos cadernos dos Quesitos 2, 3 e 4, inviabilizando totalmente o julgamento isonômico das Propostas Técnicas:

- (1) Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.5, 11.7 e 11.9 do edital, apresentou-se **todos os três quesitos em caderno único**, com 251 páginas – sem numeração, e não em cadernos específicos como determina o instrumento convocatório;
- (2) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “a” do edital, **não foi apresentada a relação nominal dos principais clientes**, com a especificação do início do atendimento de cada um (não menciona-se sequer um único nome de cliente);
- (3) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “b” do edital, **não foi apresentada a relação de profissionais** que estaria à disposição da execução do contrato, não existindo um único currículo resumido no caderno;
- (4) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “c” do edital, **não foram apresentadas as instalações da agência ou seus recursos de infraestrutura e materiais**;
- (5) Em descumprimento ao disposto nos subitens 12.9.1, 12.9.2, 12.9.3 e 12.9.4 do edital, conferiu-se **pontuação a subquesitos que sequer constam do caderno**;
- (6) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.8.1 do edital, apresentaram-se 107 imagens que equivalem a praticamente “44 peças gráficas”, **em afronta ao quantitativo máximo de 5 peças permitido** pelo instrumento convocatório;
- (7) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.8.2 do edital, **não foi apresentada nenhuma ficha técnica**, de modo que é impossível avaliar as 107 imagens apresentadas (44 peças gráficas);
- (8) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 4.2, “f” do edital, **foram apresentados trabalhos de autoria de outras empresas** (Z3 Web Agência Digital, Quest BP, e Capela.ST) tanto no Repertório quanto nos Relatos;

- (9) Em descumprimento ao disposto no subitem 12.10.1 a 12.10.3 do edital, avaliou-se com nota máxima caderno em absoluta **incongruência** com todos os requisitos do edital;
- (10) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10, 11.10.3 e 11.10.3.1 do edital, a licitante **desrespeitou os quantitativos máximos de Relatos, páginas e peças** que poderiam ser apresentados no caderno do Quesito nº 4;
- (11) Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10, I do edital, os relatos não estão apresentados em **papel timbrado** da licitante;
- (12) Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10, II do edital, não foi indicado qual **funcionário responsável** da licitante pelo Relato;
- (13) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10, IV e 11.10.1 do edital, nenhum dos Relatos conta com **referendo do cliente** ao qual o relato diz respeito, sendo absolutamente inválidos para os fins desta licitação;
- (14) Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10.3, II do edital, nenhuma das peças gráficas está acompanhada da indicação de sua **dimensão original**;
- (15) Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10.3, III do edital, não está explicitado o **problema que se propôs resolver** com nenhuma das mais de 50 peças apresentadas para os Relatos;
- (16) Em grave descumprimento aos objetivos do caderno Relatos, apresentou-se **roteiros de Spot**, ao invés da peça em si;
- (17) Em grave descumprimento aos objetivos do caderno Relatos, foram apresentadas peças que **não foram realmente produzidas e veiculadas pela concorrente**, as quais, inclusive, contam com marcas d'água de imagens de banco de imagem.

Deste modo, considerando que a licitante que descumpriu diversas regras do edital foi justamente a licitante que se classificou em primeiro lugar, há que se reconhecer que

tais violações geraram um grave desequilíbrio competitivo no certame, de modo que, a fim de evitar a nulidade de toda a etapa de julgamento do Invólucro nº 1, bem como para sanear qualquer suspeita de direcionamento indevido, **deve a Administração Pública desclassificar a proposta beneficiada ilicitamente.**

A Lei nº 12.232/2010 e o próprio instrumento convocatório, sem falar na Lei nº 8.666/1993, preveem a solução para tais hipóteses, conforme se verifica dos dispositivos abaixo transcritos, todos aplicáveis às irregularidades cometidas pela proposta classificada em primeiro lugar, a saber:

**Lei nº 12.232/2010:**

*Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório. [...]*

*§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento: [...]*

*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; [...]*

*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**;*

**Edital:**

*11.1.3. Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da Licitante para a execução do objeto desta licitação. **A não apresentação de qualquer documento exigido no Termo de Referência ensejará a desclassificação da Proposta.***

*12.11.4 [...] h) Será desclassificada a Proposta que:*

***h.1 - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;***

***h.2 - Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;***

***h.3 - Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.***

*12.12. A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Invólucro nº 01) e do Conjunto de Informações (Invólucro nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Edital,*

***desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste Edital.***

31.4 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser **desclassificada** ou inabilitada se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua **classificação técnica** ou à sua **habilitação**, conhecido após o julgamento de cada fase.

**Lei nº 8.666/1993:**

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

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

Art. 43. A licitação será processada e julgada com observância dos seguintes procedimentos: [...]

V - julgamento e classificação das propostas de acordo com os **critérios de avaliação** constantes do edital;

Art. 48. **Serão desclassificadas:**

**I - as propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação;**

Em razão dos argumentos expostos acima, a agência BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA requer o integral provimento do recurso administrativo ora interposto, com a consequente desclassificação da licitante AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA e a republicação da ordem classificatória das concorrentes, pelos fatos e fundamentos que serão detalhadamente expostos adiante.

## **2) FUNDAMENTOS MATERIAIS E JURÍDICOS PARA A DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE AZIMUTH.**

É com profunda preocupação que a BREVE expõe neste recurso uma série de irregularidades que foram constatadas na proposta técnica da licitante classificada em primeiro lugar. Tais irregularidades representam uma clara violação às regras estabelecidas no edital, na Lei nº 12.232/2010 e na Lei nº 8.666/1993, comprometendo a isonomia, a competitividade, o julgamento objetivo e a paridade de armas no processo de julgamento.

Não é segredo que é imprescindível que a seleção seja conduzida de forma objetiva e fundamentada, em respeito às disposições do edital, garantindo a isonomia a todos os participantes e assegurando a contratação da proposta mais vantajosa para a Administração Pública – **esta é a natureza de qualquer processo licitatório.**

O presente recurso tem por objetivo alertar Vossas Senhorias para a necessidade de desclassificar a proposta técnica classificada em primeiro lugar, em atenção à higidez do certame e principalmente aos princípios da probidade, do interesse público e da competitividade.

Isso porque a proposta técnica da licitante AZIMUTH apresenta inúmeras irregularidades que comprometem sua adequação às exigências do edital. Se essa licitante for contratada, configurará erro grosseiro e haverá prejuízo ao erário, pois sua incapacidade em cumprir os requisitos mínimos estabelecidos evidencia uma aparente falta de aptidão para atender às demandas reais da prefeitura.

Como salientado, a falta de revisão do julgamento em questão configura um caso capaz de atrair a intervenção dos órgãos de controle competentes. Inclusive, a continuidade do processo licitatório com a aceitação da proposta técnica repleta de irregularidades acarreta o risco até mesmo de responsabilização pessoal dos envolvidos, por configurar erro grosseiro diante de tantas irregularidades, razão pela qual se torna extremamente importante que sejam adotadas medidas corretivas para garantir um procedimento justo, imparcial e alinhado aos princípios da Administração Pública, evitando-se uma nulidade do certame e o desperdício de recursos públicos.

Feitas tais considerações preliminares a respeito do dever de desclassificação da proposta apresentada pela licitante AZIMUTH, também é relevante apresentar os **fundamentos jurídicos** que ensejam a mesma solução para evitar a nulidade do certame.

Em consonância com o que foi narrado acima, a manutenção da classificação atual, em total ignorância às irregularidades cometidas pela proposta técnica vencedora, é

passível de configurar erro grosseiro (eis que chancela manifesta violação ao edital, à lei e à jurisprudência dos órgãos de controle).

Diz-se que o edital é a lei do certame. Esse popular jargão está inscrito no ordenamento jurídico e preconiza que a Administração Pública não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se encontra estritamente vinculada.

A penalidade para o licitante que descumpre as exigências do ato convocatório não é nada mais nada menos que a desclassificação da proposta, conforme os termos do artigo 48, inciso I, da referida Lei nº 8.666/93, assim como nos termos da Lei nº 12.232/2010 e do edital da Concorrência nº 03/2023, todos transcritos no tópico anterior.

Os referidos dispositivos, portanto, convergem para o destaque à máxima importância da estrita observância das regras do edital nos processos licitatórios. Como era de se esperar, tal prevalência conferida pela legislação encontra eco na doutrina e jurisprudência pátria.

Neste sentido, Maria Sylvia Zanella Di Pietro assevera que a inobservância do princípio da vinculação ao instrumento convocatório enseja a nulidade do procedimento licitatório – caso não seja sanado a tempo, antes da sua homologação e da consolidação dos vícios, **o que ainda é possível de ser feito no presente caso (!)**:

**Trata-se de princípio essencial cuja inobservância enseja nulidade do procedimento.** Além de mencionado no artigo 3º da Lei nº 8.666/93, ainda tem seu sentido explicitado no artigo 41, segundo o qual “a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada”. E o artigo 43, inciso V, ainda exige que o julgamento e classificação das propostas se façam de acordo com os critérios de avaliação constantes do edital. O princípio dirige-se tanto à Administração, como se verifica pelos artigos citados, como aos licitantes, pois estes não podem deixar de atender aos requisitos do instrumento convocatório (edital ou carta-convite); se deixarem de apresentar a documentação exigida, serão considerados inabilitados e receberão de volta, fechado, o envelope-proposta (art. 43, inciso II); **se deixarem de atender às exigências concernentes à proposta, serão desclassificados (art. 48, inciso I).**

(DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo. 33. ed. Rio de Janeiro Forense, 2020, p. 420)



Em igual direção, José dos Santos Carvalho Filho afirma que, por força do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, é vedado à Administração Pública e aos licitantes administrados descumprir normas editalícias, sob pena de desclassificação do certame:

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

Vedado à Administração e aos licitantes é o descumprimento das regras de convocação, deixando de considerar o que nele se exige, como, por exemplo, a dispensa de documento ou a fixação de preço fora dos limites estabelecidos. **Em tais hipóteses, deve dar-se a desclassificação do licitante, como, de resto, impõe o art. 48, I, do Estatuto [Lei Federal nº 8.666/1993].**

(CARVALHO FILHO, José dos Santos. Manual de direito administrativo. ed. 31, rev., atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2017, p. 186)

E, nesse mesmo tocante, o Supremo Tribunal Federal (STF) já decidiu, por exemplo, que a proposta mais vantajosa para a Administração deve ser verificada pelo cotejo das propostas válidas, excluindo-se as que não atendem aos requisitos do edital. Vale destacar que a irregularidade observada como suficiente para a desclassificação era muito menos grave do que as incorridas pela proposta técnica da AZIMUTH:

RECURSO ORDINÁRIO EM MANDADO DE SEGURANÇA. CONCORRÊNCIA PÚBLICA. PROPOSTA FINANCEIRA SEM ASSINATURA. DESCLASSIFICAÇÃO. PRINCÍPIOS DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO E DO JULGAMENTO OBJETIVO.

1. Se o licitante apresenta sua proposta financeira sem assinatura ou rubrica, resta caracterizada, pela apócrifa, a inexistência do documento.

**2. Impõe-se, pelos princípios da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo, a desclassificação do licitante que não observou exigência prescrita no edital de concorrência.**

**3. A observância ao princípio constitucional da preponderância da proposta mais vantajosa para o Poder Público se dá mediante o cotejo das propostas válidas apresentadas pelos concorrentes, não havendo como incluir na avaliação a oferta eivada de nulidade.**

4. É imprescindível a assinatura ou rubrica do licitante na sua proposta financeira, sob pena de a Administração não poder exigir-lhe o cumprimento da obrigação a que se sujeitou.

5. Negado provimento ao recurso.

(STF - RMS: 23640 DF, Relator: Min. MAURÍCIO CORRÊA, Data de Julgamento: 16/10/2001, Segunda Turma)

Como se pode ver, a vinculação às regras do edital, tanto à Administração quanto aos licitantes, enseja dois possíveis caminhos no caso de descumprimento de condição editalícia pelo licitante: **(i)** a desclassificação da proposta que não atende às exigências editalícias; ou **(ii)** a nulidade de etapa licitatória, caso a Administração descumpra com o seu dever de desclassificar a proposta defeituosa, causando inevitável prejuízo ao erário e ao interesse público. Neste segundo caso, a depender da gravidade e de quão grosseiros eram os erros, ainda é possível que os envolvidos venham a ser pessoalmente responsabilizados por seus atos.

**E, insista-se, não há dúvidas quanto ao descumprimento do edital por parte da proposta técnica da licitante AZIMUTH,** como se verá a partir dos próximos subtópicos.

## **2.1) VÍCIOS TÉCNICOS QUE COMPROMETEM INTEGRALMENTE A AVALIAÇÃO DO INVÓLUCRO Nº 1 DA LICITANTE AZIMUTH E EXIGEM SUA DESCLASSIFICAÇÃO.**

O Invólucro nº 1, onde encontra-se acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, compõe o Quesito 1 da proposta técnica, no qual são avaliados os principais subquesitos relativos à parte apócrifa da proposta técnica.

Em razão da especificidade da licitação de serviços de publicidade e da necessidade de se garantir um julgamento técnico isonômico, a Lei nº 12.232/2010 e o edital preveem diversas regras que devem ser respeitadas pelos licitantes, sob pena de desclassificação. Contudo, **estas regras foram todas violadas** pela AZIMUTH, inviabilizando qualquer tentativa de avaliação justa das propostas técnicas – **já que é impossível comparar propostas produzidas com premissas distintas, uma respeitando o edital e a outra extrapolando seus limites.**

Pois bem. O Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada compõe o Invólucro nº 1 e é subdividido em quatro subquesitos, sendo estes:

I. Raciocínio Básico

II. Estratégia de Comunicação Publicitária

## III. Ideia Criativa

## IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Acontece que, diferentemente do que consta das avaliações dos ilustres membros da Subcomissão Técnica, a proposta da agência AZIMUTH não cumpriu diversos itens requisitados no edital, devendo ser **desclassificada** por violação ao instrumento convocatório ou, no mínimo, ser atribuído nota zero a seus subquestos – o que atrai invariavelmente a regra desclassificatória do item 12.11.4.h.3 do edital.

**Ou seja, sob qualquer ótica, a proposta técnica da licitante AZIMUTH deve ser desclassificada, sob pena de nulidade da licitação.**

A seguir, serão demonstradas as violações objetivas ao edital encontradas na proposta da licitante AZIMUTH, indevidamente classificada em 1º lugar, consistentes em irregularidades constantes do caderno escrito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que, por si só, são suficientes para desclassificar a proposta.

**2.1.1) Extrapolação do limite de páginas pelo Plano de Comunicação Publicitária e outras irregularidades:**

O primeiro vício que deve acarretar a desclassificação da AZIMUTH diz respeito à **extrapolação do limite de páginas** pelo caderno do Plano de Comunicação Publicitária, bem como outras irregularidades, que inviabilizam a comparação isonômica entre as propostas, garantindo uma vantagem ilegal para a licitante que desrespeitou o edital – e, portanto, indevidamente classificada em primeiro lugar.

Como se sabe, o item 11.2 do edital estabelece as regras de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, dispondo o seguinte:

*11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, **a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:** [...]*

*b) **capa e contracapa em papel A4**, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco; [...]*

*e) **títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;** [...]*

**11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 *estão limitados, no conjunto, a 05 (cinco) páginas.***

Isto é, com vistas a garantir a isonomia e a não identificação das autorias da proposta – regras básicas do procedimento das licitações de publicidade regidas pela Lei nº 12.232/2010 –, o edital prevê regras de apresentação das propostas, a exemplo da formatação do texto e de limite do número de páginas, para que todas as licitantes apresentem propostas a partir das mesmas premissas.

Acontece que a proposta da AZIMUTH, intitulada “Casimiro é tudo de bom”, descumpriu as exigências objetivas previstas no **item 11.2, “b” e “e”**, assim como no **item 11.2.6**, uma vez que apresentou o caderno em capa plástica, com texto recuado entre títulos e parágrafos e, **muito mais grave do que isso**, em vez de se limitar a 05 (cinco) páginas, a proposta apresentou o texto dos referidos subquesitos em 07 (sete) páginas – **extrapolando em 40% o limite de páginas e, com isso, obtendo vantagem indevida.**

**Afirma-se com segurança: em qualquer licitação do Brasil a proposta da AZIMUTH teria sido desclassificada sem sequer receber pontuação, por conter elementos de identificação de autoria, restando também o dever de desclassificação por descumprir regras básicas do edital.**

Confiram-se exemplos das irregularidades ora destacadas a partir de imagens do seu caderno do Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada:

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO

A cidade de Casimiro de Abreu tem uma longa história (remontando à 1746), diversos atrativos turísticos e arquitetônicos que tem vocação para as letras e cultura e a fascinante proximidade da montanha e o mar – aspectos estes que a tornam única (localização, natureza e história). Isso faz com que seja vista como um destino para diferentes públicos. Seu casario colonial, arquitetura, e atrativos naturais são um convite para esporte ao ar livre (rafting, surf, pesca submarina e trekking), além de inúmeras praias e rica herança histórica. Com personagens como o escritor que empresta seu nome à charmosa cidade com mistura de rio e mar.

#### RACIOCÍNIO BÁSICO

Toda campanha institucional tem por desfeito falar a diferentes públicos sob a mesma abordagem, respeitando-se os valores da organização anunciante. Para Casimiro de Abreu a apresentação de suas belezas, sua valorização, e o convite para que as pessoas sejam propagadores e defensores do patrimônio local, desaguam na necessidade de uma campanha que sobretudo emocione e converta.

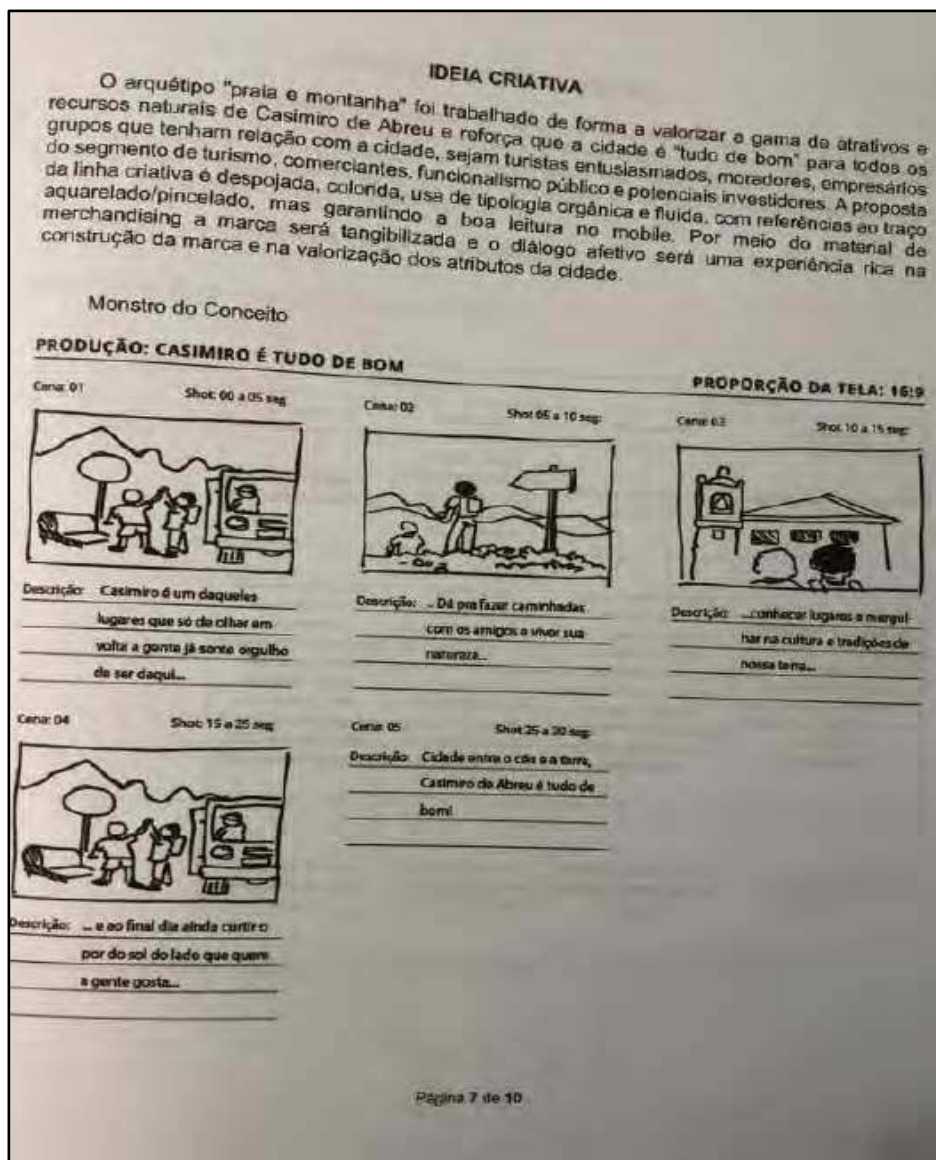
Recentemente a gestão pública tem sido alvo de críticas e auditoria em tempo real por parte do público, que se manifesta nas redes sociais e encontra eco na imprensa. Desta forma o tempo de resposta e a qualidade da informação tornaram-se vitais para mitigar ruído e adiantar-se a reclamações sobre projetos e iniciativas públicas. A moderna assessoria de comunicação, tendo por interlocutor a agência de propaganda, ganha pontos ao gerir campanhas assertivas e responsivas.

Ao acessar a gramática cultural subjacente dos stakeholders a campanha aglutina interesses e entrega uma mensagem coesa com a proposta de valorizar a parceria entre a Prefeitura e as pessoas, uma vocação e objetivo final. No mundo contemporâneo é praticamente impossível deixar de lado a opinião das pessoas das comunidades. Administrar uma cidade é olhar para todas essas opiniões organizá-las e transformá-las em realizações.

Para definir um plano de comunicação institucional de uma entidade pública é fundamental ouvirmos as opiniões e anseios da população atendida. Por isso para iniciar nosso processo de raciocínio básico fizemos dois grandes levantamentos: uma pesquisa de *desk-research* com dados oficiais. Uma pesquisa de campo exploratória e quantitativa com os munícipes para avaliar a atuação do governo, levantar pontos fortes e fracos e avaliar a percepção das obras e realizações entregues pela prefeitura.

*Exemplo de recuos nos parágrafos e títulos, em violação ao item 11.2, “b” e “e”, do edital*

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação



*Prova da extrapolação do limite de páginas, em violação ao item 11.2.6 do edital*

A propósito, a quantidade de irregularidades é tanta que, como se verá adiante neste recurso, a imagem acima utilizada como exemplo também demonstra outra irregularidade que gera igualmente a desclassificação da AZIMUTH, qual seja: o descumprimento ao item 11.3.3 do edital, que exige a apresentação de relação de todas as peças publicitárias da Ideia Criativa, separadas em corporificadas e não corporificadas.

Independentemente disso, cumpre reiterar que não se trata de mero vício formal, sanável, mas de gravíssimo descumprimento de requisito expresso exigido pela redação

vinculante do instrumento convocatório, pois tais irregularidades inviabilizam o julgamento objetivo das propostas e, especialmente a excedência de páginas da proposta, acarreta a violação da isonomia, já que **favorece indevidamente** a licitante que não se limitou a apresentar a sua proposta no número de páginas definido como máximo. Não é por outro motivo que a legislação, a jurisprudência e o edital (item 12.11.4.h.1) preveem a desclassificação da licitante nessas hipóteses.

Sem entrar em qualquer mérito da técnica, é incontroverso que a simples utilização de mais páginas para apresentar seu plano de comunicação é suficiente para garantir à proposta uma vantagem competitiva ilegal, com mais espaço para apresentar informações e dados, não sendo por acaso ela ter recebido a maior pontuação!

Inclusive, os **Tribunais brasileiros** já definiram precedentes judiciais em casos bastante similares, senão idênticos, nos quais agências foram beneficiadas por extrapolar o número de páginas e, por isso, desclassificadas do certame. Por exemplo:

Apelação Cível/ Reexame Necessário - Mandado Segurança - Licitação - **Proposta técnica fora dos padrões determinados no edital- Desclassificação de rigor - Descumprimento de regra do edital que viola a competitividade** - Sentença que concedeu a segurança mantida - Apelo desprovido. VOTO. Conforme constatado pela comissão julgadora dos recursos apresentados, **a empresa Hold Comunicação e Serviços apresentou Plano de Comunicação Publicitária em 39 laudas, ou seja, ultrapassou o limite de 15 estabelecido no edital.** Acrescente-se que o Plano de Comunicação Publicitária apresentado pela empresa Hold Comunicação possuía trinta e nove laudas (fls.108/146), ou seja, ultrapassou em vinte e quatro laudas o previsto no edital. **Não por coincidência, a sua proposta foi a que recebeu maior pontuação, já que contém mais dados e informações, com melhor apresentação do que as demais.** Assim, patente o desequilíbrio causado na competição em razão da não observância da Apelante ao edital.  
(TJ-SP - APL:10055455620198260038 SP1005545-56.2019.8.26.0038, Relator: Ana Liarte, Data de Julgamento: 08/06/2020, 4ª Câmara de Direito Público)

Ou seja, não foi coincidência a AZIMUTH ter recebido pontuação maior nestes subquesitos, tendo em vista que obteve vantagem ilegal e foi favorecida por isso, em desequilíbrio à competitividade e à isonomia. E repita-se: não há que se falar em irregularidade formal, pois **é impossível realizar uma competição justa nestes termos**, de modo que a proposta que descumpriu o edital deve ser desclassificada.

Ademais, além dos vícios acima apontados, existem diversos outros que também serão abaixo indicados.

2.1.2) Extrapolação do limite de exemplos no sub quesito “Ideia Criativa” e falta de descrição das peças publicitárias:

Outro subquesito que compõe o Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária é a Ideia Criativa (Subquesito 3), de modo que a proposta deve satisfazer os requisitos exigidos pelos item 11.3.3 e seguintes do edital, que estabelece um número máximo de peças corporificadas e uma forma correta de apresentação:

11.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) **relação de todas as peças publicitárias** que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, **com a descrição de cada uma:**

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, **observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.**

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 está circunscrita **à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.**

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 **Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez),** independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de [...]

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital,



Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

**cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça** (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, **até o limite de 10 (dez)**, devem ser observadas as seguintes regras: [...]

Ao se analisar o Plano de Comunicação Publicitária da proposta da licitante AZIMUTH, tem-se o seguinte como suposta “Ideia Criativa” (já em limite de página extrapolado, motivo autônomo suficiente para sua desclassificação):





**IDEIA CRIATIVA**

O arquétipo "praia e montanha" foi trabalhado de forma a valorizar a gama de atrativos e recursos naturais de Casimiro de Abreu e reforça que a cidade é "tudo de bom" para todos os grupos que tenham relação com a cidade, sejam turistas entusiasmados, moradores, empresários do segmento de turismo, comerciantes, funcionalismo público e potenciais investidores. A proposta da linha criativa é despojada, colorida, usa de tipologia orgânica e fluida, com referências ao traço aquarelado/pincelado, mas garantindo a boa leitura no mobile. Por meio do material de merchandising a marca será tangibilizada e o diálogo afetivo será uma experiência rica na construção da marca e na valorização dos atributos da cidade.

Monstro do Conceito

**PRODUÇÃO: CASIMIRO É TUDO DE BOM**

**PROPORÇÃO DA TELA: 16:9**

Cena: 01	Shot: 00 a 05 seg	Cena: 02	Shot: 05 a 10 seg	Cena: 03	Shot: 10 a 15 seg
					
Descrição: Casimiro é um daqueles lugares que só do olhar em volta a gente já sente orgulho de ser daqui...		Descrição: ... Dá pra fazer caminhadas com os amigos e viver sua natureza...		Descrição: ...conhecer lugares e mergulhar na cultura e tradições de nossa terra...	
Cena: 04	Shot: 15 a 25 seg	Cena: 05	Shot: 25 a 30 seg		
					
Descrição: ... e ao final dia ainda curtir o por do sol do lado que quem a gente gosta...		Descrição: Cidade entre o céu e a terra, Casimiro de Abreu é tudo de bom!			

Página 7 de 10

Ao se cotejar o trecho acima com o item 11.3.3 e seguintes do edital, é expresso que a AZIMUTH **descumpriu integralmente o edital**, com vícios que devem levar sua proposta à desclassificação, em respeito à regra do item 12.11.4.h.3 do próprio edital.

Precisamente, constata-se o **descumprimento do item 11.3.3 do edital**, que exige a apresentação de relação de todas as peças publicitárias da Ideia Criativa, separadas em corporificadas e não corporificadas. Em vez disso, a licitante apresentou no próprio caderno do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada o monstro do conceito (o que configura a peça em si, conforme item 11.3.3.3 do edital), e não a relação das peças, que deve estar no texto de Ideia Criativa (cf. itens 11.2.6 e 11.3.3 do edital).

Aliás, além de não ter cumprido quaisquer das exigências do item 11.3.3, o que por si só implica a necessidade de sua desclassificação (cf. item 12.11.4, “h.1” e “h.3”, do edital), constata-se que a licitante AZIMUTH se utilizou do subquesto “Ideia Criativa” para desenvolver inapropriadamente, e fora de tópico, a defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária (Subquesto 2), em outra expressa irregularidade incontornável e desclassificatória.

**Mas isso não é o mais grave**, pois a proposta da AZIMUTH também não apresenta a descrição das peças publicitárias, uma exigência fundamental prevista expressamente nos itens 11.3.3.a e 11.3.3.3.6 do edital. Em verdade, as peças foram apresentadas **sem qualquer especificação ou explicação de sua finalidade** na campanha proposta, expostas, inclusive, sem identificação do veículo a qual se destinam.

Como visto na imagem que demonstra a página extrapolada que contém a “Ideia Criativa” da licitante, não há qualquer relação de peças, descumprimento que inviabiliza até mesmo o julgamento objetivo pelos ilustres avaliadores da Subcomissão Técnica – que possuem tão somente à disposição uma série de corporificações, sem qualquer detalhamento sobre a sua finalidade e suas funções táticas para a campanha.

Confira-se um exemplo de peça gráfica entregue à colenda Subcomissão Técnica sem conter qualquer detalhamento, nem no texto do caderno e nem na prancha:



*Prova da apresentação das peças publicitárias sem qualquer descrição ou indicação de tipo, em violação expressa aos itens 11.3.3.a e 11.3.3.3.6 do edital*

Se a irregularidade acima já descrita é considerada grave e também capaz de gerar a desclassificação da proposta, existe outro vício muito mais comprometedor: a licitante classificada em primeiro lugar **APRESENTOU 13 (TREZE) EXEMPLOS DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS CORPORIFICADAS, E NÃO 10 (DEZ)**, conforme exige o edital como quantitativo máximo (itens 11.3.3.3 e 11.3.3.4).

Com todo o respeito, trata-se de erro flagrante e grosseiro. Como avaliar uma proposta técnica que, descumprindo o edital, **extrapola em 30% o número máximo de peças publicitárias**, enquanto suas concorrentes cumprem fielmente o limite estabelecido? É como permitir que um time de futebol possa jogar com 14-15 jogadores enquanto o time adversário é composto por apenas 11.

**Trata-se de uma evidente quebra de equidade que compromete a integridade do processo e que favorece e direciona indevidamente o certame para a licitante que desrespeita o edital.**

A violação expressa e não sanável dos itens 11.3.3.3 e 11.3.3.4 do edital, os quais determinam um máximo de 10 (dez) peças corporificadas, é por si só suficiente para desclassificar a agência AZIMUTH, nos termos do item 12.11.4, h.1, do edital, porquanto

mina completamente a capacidade da colenda Subcomissão Técnica de avaliar todas as licitantes de forma isonômica, e essa impossibilidade de comparar objetivamente os trabalhos compromete a imparcialidade do processo licitatório.

Entretanto, contrariamente ao que exige o edital (isto é, a desclassificação imediata da proposta técnica da licitante AZIMUTH), constata-se que, em flagrante irregularidade, a agência não recebeu qualquer punição ou desclassificação no que toca a esses descumprimentos expressos dos requisitos expressos atinentes ao Subquesto 11.3.3 (“Ideia Criativa”). Ao contrário da desclassificação sumária, recebeu irregularmente uma alta pontuação neste Subquesto: 18 (dezoito) pontos de um total máximo de 20 (vinte) pontos.

Outra violação expressa do requisito do edital está no fato de que, além de ter apresentado mais peças do que o permitido, o subitem 11.3.3.2 deixou igualente de ser satisfeito, pois não houve divisão expressa no texto do Plano de Comunicação Publicitária de dois blocos: um para as peças corporificadas e outro para as peças não corporificadas. **Na realidade, não houve sequer uma relação de peças, mas apenas um amontoado de corporificações.**

Não é possível identificar quais tipos de peças e veículos a licitante está propondo, se jornal, TV, revista, OOH, DOOH, etc. Não há qualquer detalhamento nesse sentido, o que se soma à ausência de finalidade e funções táticas. É uma sobreposição de irregularidades!

A propósito, por hipótese, ainda que não houvesse qualquer disposição editalícia de desclassificação neste sentido, o dever de desclassificar a proposta da AZIMUTH é também perfilhado pela jurisprudência brasileira. Aliás, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) também compactua desse entendimento. Veja-se julgamento de caso muito semelhante ao presente, em que licitante de certame de publicidade não observou um limite estipulado para a confecção de seu Plano de Comunicação Publicitária e, por isso, foi desclassificada – já que se beneficiou indevidamente de tal vício:

[...] acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, assim ementado [...] - **O desrespeito quanto ao valor no Plano de Comunicação, de fato, viola a garantia do interesse público e fere os princípios licitatórios da impessoalidade e da isonomia, na medida em que, ao não observar o limite da verba especificada no edital, a empresa leva vantagem tecnicamente em relação à proposta das demais.** - Assim, a

**desclassificação da licitante, conforme previsto no edital, é medida que se impõe.** (Desembargador Luís Carlos Gambogi). [...] **o desrespeito quanto ao valor no Plano de Comunicação, de fato, viola a garantia do interesse público e fere os princípios licitatórios da impessoalidade e da isonomia.**

Volvendo à análise do caso em comento, é certo que os itens 5.1 e 5.11 do Edital nº 001/13 da Câmara Municipal de Uberlândia estabeleciam o seguinte: 5.1 - O Plano de Comunicação Publicitária será desenvolvido a partir do Briefing (Anexo I) considerando um valor de até R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) para um período de 30 (trinta) dias de campanha na Praça de Uberlândia 5.11 - Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto neste Edital. **A desclassificação da licitante, conforme previsto no edital, se justifica, na medida em que, por se tratar o Plano de Comunicação Publicitária de requisito para a demonstração de técnica, é possível verificar que a empresa, com maiores recursos, pode oferecer mais planos de serviços de publicidade, uma vez que dispõe de um "orçamento" maior.** [...].

(STJ - AREsp: 1031625 MG 2016/0327048-5, Relator: Ministro SÉRGIO KUKINA, Data de Publicação: DJ 18/04/2018).

Fato é que a conduta praticada pela Recorrida não apenas viola o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, como também ocasiona prejuízo mortal à competitividade, à paridade de armas e à isonomia do certame, porquanto a Recorrente, por exemplo, que seguiu estritamente as regras do edital (**apresentando apenas 10 peças**), acabou **ficando em** óbvia e manifesta desvantagem competitiva. Isto é, como esta licitante teve um material menor analisado pela ilustre Subcomissão Técnica, conseqüentemente as suas pontuações também foram menores.

Uma campanha com 13 (treze) peças não pode competir com uma campanha de 10 (dez) peças. Isso é inadmissível, tendo a classificação final do certame evidenciado a ilegalidade que macula a sua higidez: a proposta da licitante AZIMUTH foi a mais bem classificada justamente porque violou o edital e, assim, se privilegiou em detrimento da competitividade e isonomia.

Nesse sentido, como a AZIMUTH violou diversas regras licitatórias, por conta da apresentação de exemplos de peças que superaram o limite de 10 (dez), em vício que lhe beneficiou e que afetou o julgamento objetivo e isonômico das propostas, é óbvio que **a sua proposta técnica deve ser desclassificada**, em respeito aos artigos 3º; 41; 43, V; e 48, I, todos da Lei nº 8.666/1993, bem como à jurisprudência dos Tribunais brasileiros em casos idênticos, além de ter violado, concreta e inquestionavelmente, o item 11.3.3 do edital em todas suas alíneas e os subitens 11.3.3.1, 11.3.3.2, 11.3.3.3 e 11.3.3.4, o que importa em sua necessária desclassificação nos termos do subitem 12.11.4.h.1 do edital.

De toda sorte, ainda que a violação ao edital, à legislação aplicável, aos princípios administrativos e à jurisprudência pátria não fossem suficientes para causar a desclassificação da proposta técnica da licitante classificada em primeiro lugar, tem-se que **a pontuação que foi atribuída a este Subquesto (Ideia Criativa) deve ser zerada**, de modo a atrair a aplicação do subitem 12.11.4.h.3 do edital, cuja consequência é igualmente a desclassificação.

**2.1.3) “Estratégia de Mídia e Não Mídia” incompleto e que não atende aos requisitos mínimos do edital:**

O Subquesto 4 (“Estratégia de Mídia e Não Mídia”), que compõe o Plano de Comunicação Publicitária também não foi cumprido em sua totalidade. O item 11.3.4 do edital estabelece as exigências a serem cumpridas quanto a esse subquesto, que deveriam ter sido contempladas, a saber:

11.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. **estratégia de mídia:** proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. **tática de mídia:** detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. **plano de mídia:** composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. **simulação dos parâmetros de cobertura e frequência** previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

Assim, enquanto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” (Subquestito 4) exige a estratégia de mídia, a tática de mídia, o plano de mídia e a simulação dos parâmetros de cobertura e frequência, cada qual com seus requisitos e um rol de dados e informações que deveriam constar, a AZIMUTH apresentou **apenas duas planilhas**. A primeira subdivide o período em 6 (seis) quinzenas e demonstra o que seria feito nos meios “off line” “on line” e “BTL”, enquanto a segunda apresenta custos de criação, produção e veiculação da estratégia:

PERÍODO MEIO	1ª Quinzena				2ª Quinzena			
	1ª Semana		2ª Semana		3ª Semana		4ª Semana	
	Off line	spot e jingle alternados com 30s;		spot e jingle alternados com 30s; anúncio 1/4 pag, colorido, Caderno Z, Voz da Serra		spot e jingle alternados com 30s		spot e jingle alternados com 30s
On line	vídeo Youtube ADS; Inbound e G1 patrocinado; lançamento influencer; post Grupo Meta (estático tema campanha); reels facebook e instagan; SITE Voz da Serra (banner direcionado)		vídeo Youtube ADS; Inbound e G1 patrocinado; parceria com influencer (post compartilhado com perfil prefeitura); post carrossel (desdobramento campanha); stories & live; SITE Voz da Serra (banner direcionado)		vídeo Youtube ADS; Inbound e G1 patrocinado; parceria com inflencer (post compartilhado com perfil prefeitura); posts com depoimentos de moradores; direct, SITE Voz da Serra (banner direcionado)		vídeo Youtube ADS; Inbound eG1 patrocinado; devolutiva do influencer sobre os resultados da campanha; contatos direct para base de leads; link na bio. SITE Voz da Serra (banner direcionado)	
BTL	sampling leques; ponto instagramável praia		sampling leques; ponto instagramável comércio local		sampling leques; ponto instagramável casario colonial		ponto instagramável cachoeira	

Parte da primeira planilha apresentada em “Estratégia de Mídia e Não Mídia”

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

CUSTOS DE CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO		
Custos de criação, produção e veiculação		
	VALORES	%
Criação de Campanha para Prefeitura de Casemiro de Abreu (tema/conceito)		
Off line		
Criação de spot de 30s para rádio	R\$ 17.198,50	6,5%
Produção de spot de 30s para rádio		
Veiculação Rádio	R\$ 2.783,50	1,1%
Criação jingle de 30s	R\$ 400,00	0,2%
Produção jingle de 30s	R\$ 86.400,00	32,9%
Criação de anúncio para jornal (¼)	R\$ 5.530,50	2,1%
Veiculação Jornal Voz da Serra, ¼ pag, cor, Caderno Z	R\$ 4.800,00	1,8%
Total off line	R\$ 3.213,00	1,2%
Total veiculação off line	R\$ 48.910,00	18,6%
Total produção off line	R\$ 169.015,50	64,4%
Total criação off line	R\$ 135.310,00	51,5%
On line	R\$ 5.000,00	1,9%
Criação peça Youtube	R\$ 11.507,00	4,4%
Tráfego pago Youtube		
Influencer Digital	R\$ 4.000,00	1,5%
Criação de calendário e linha editorial	R\$ 12.000,00	4,6%
Impulsioneamento	R\$ 9.000,00	3,4%
Criação inbound para G1	R\$ 1.200,00	0,5%
Patrocínio G1 (maxiboard/capa 33% visibi)	R\$ 6.000,00	2,3%
Pop up Site Voz da Serra (doze semanas)	R\$ 1.200,00	0,5%
Total on line	R\$ 10.467,00	4,0%
Total veiculação on line	R\$ 17.260,00	6,6%
Total produção on line	R\$ 61.147,00	23,3%
Total criação on line	R\$ 54.747,00	20,8%
Total criação on line	R\$ 0,00	0,0%
BTL	R\$ 6.400,00	2,4%
Equipe de rua		
Criação Backdrop (ponto instagramável)	R\$ 10.000,00	3,8%
Produção Backdrop	R\$ 3.476,00	1,3%
Criação leque	R\$ 6.000,00	2,3%
Produção leque (20.000 unidades, 20x23cm, 4x4 cores)	R\$ 1.403,00	0,5%
Total BTL	R\$ 11.600,00	4,4%
Total produção on line	R\$ 32.479,00	12,4%
Total criação on line	R\$ 27.600,00	10,5%
Total criação on line	R\$ 4.879,00	1,9%
Total geral	R\$ 262.641,50	100,0%

Segunda planilha apresentada em “Estratégia de Mídia e Não Mídia”

Veja-se que **as planilhas apresentadas não cumprem os itens requeridos no subitem 11.3.4 do edital**, pois, a rigor, o Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia exige a apresentação de 4 itens, anteriormente indicados: i) estratégia de mídia; ii) tática de mídia; iii) plano de mídia; e iv) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia.

Destaca-se que nenhum destes itens foi contemplado com a proposta da agência AZIMUTH, uma vez que não se apresenta defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação conforme solicitado no item 11.3.4.I, ou qualquer detalhamento da estratégia de mídia apresentando critérios técnicos, de acordo com o item 11.3.4.II. Igualmente, no atinente ao item 11.3.4.III, não há os formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas ou qualquer indicação de faixas horárias. Por fim, tampouco há simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia, conforme requerido no subitem 11.3.4.IV.



Não existe qualquer possibilidade para avaliar e pontuar o subquesto. Não existem parâmetros objetivos de julgamento a serem utilizados, simplesmente porque a proposta apresentada não atende a nenhum deles.

O descumprimento pela licitante AZIMUTH de todos os requisitos de Estratégia de Mídia e Não Mídia exigidos no item 11.3.4 do edital implica necessariamente no dever de desclassificação da agência, por incidência direta do item 12.4.11 do edital, tanto por “*Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos*” (h.1) quanto por dever receber “[...] *pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos*” (h.2), já que não cumpriu os requisitos do subquesto.

Contudo, bem ao contrário, a proposta recebeu irregularmente 10 (dez) pontos de um total máximo de 15 (quinze) pontos.

Consequentemente, os descumprimentos do edital quanto ao item 11.3.4 e subitens, referente ao Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia, devem ser por si só considerados, implicando a desclassificação sumária da licitante AZIMUTH, conforme disposto nos critérios de desclassificação dos subitens 12.4.11.h.1 e 12.4.11.h.3, o que se requer.

#### 2.1.4) Estratégia de Comunicação Publicitária” com vícios graves:

Especificamente no que toca ao subquesto “Estratégia de Comunicação Publicitária”, a proposta apresentada pela licitante AZIMUTH também não atende a todas as exigências de conteúdo apresentados no edital. Veja-se o que estabelece o item 11.3.2 com relação ao conteúdo do subquesto:

*11.3.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:*

*a) **explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;***

*b) **proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como***

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

*dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.*

Ademais, o item 12.1.2 do edital e seus subitens subsequentes estabelecem os critérios de julgamento da Proposta Técnica em relação à Estratégia de Comunicação Publicitária:

*12.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária*

*12.1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do Prefeitura Municipal de Casimiro De Abreu e ao desafio de comunicação a ser enfrentado;*

*12.1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;*

*12.1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro De Abreu com seus públicos;*

*12.1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;*

*12.1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;*

*12.1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro De Abreu, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível.*

Conforme se desprende do julgamento da campanha apresentada pela agência AZIMUTH, referente a campanha “Casimiro é tudo de bom”, o julgamento atribuiu nota máxima em todos os subitens, com exceção do 12.1.2.3.

Entretanto, com base no que apresentou a agência AZIMUTH, o subquesto está incompleto e não deveria ter recebido nota máxima em tantos critérios, uma vez que a sua Estratégia de Comunicação Publicitária **se restringe em apresentar uma estratégia dividida em quatro semanas, sem sequer mencionar tópicos básicos exigidos pelo edital**, a exemplo da adequação ao desafio apresentado no certame, a defesa do partido temático e qualquer demonstração de consistência lógica na defesa da estratégia ou conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, todos pontos exigidos nos subitens destacados.

Na verdade, de forma surpreendente, tal subquesto tem apenas 3 parágrafos:

**Estratégia de Comunicação Publicitária**

O planejamento de campanha se desdobra no período de quatro semanas, período este onde são contempladas as etapas de lançamento, sobreposição máxima de mídia, sustentação e reforço final, de forma a impactar os diversos públicos dentro de suas respectivas gramáticas culturais e momentos de contato com a marca. Sob o pano de fundo do melhor lugar entre o céu e o mar haverá a apresentação do conceito, via plataformas digitais (Instagram, Facebook e Youtube) e vai até a orla e atrativos com brindes e peças de comunicação visual "instagramáveis", o rádio será uma constante durante toda a campanha e vai alternar spot e jingle de 30s em horário determinado - visando atingir um público que vai e retorna do trabalho de carro. O inbound dar-se-á pelo patrocínio no G1, direcionado para o site da Prefeitura e press release para os veículos parceiros. Na plataforma do G1 teremos banner direcionado e conteúdo sobre a campanha, cobertura digital que dá robustez à campanha e atraí olhares qualificados.

Na segunda semana haverá a entrada da TV com cerca de 400 GRPs e fará dupla com a gestão de tráfego em horários comuns para potencializar o efeito de "segunda tela", gerando leads. Desde a primeira semana a campanha ON terá o suporte de influencer digital por meio de postagens compartilhadas com o perfil da Prefeitura, qualificando os leads para ações futuras. As ações ON e OFF terão o suporte das *below the line* voltadas "guerrilha" em pontos turísticos (escolinhas de surf, casario colonial, Capela de São João Batista, Praião da Barra de São João, Cachoeira Macharet, et al) gerando conteúdos (depoimentos) para assessoria de imprensa.

Na terceira semana a figura da influencer ganha relevância nas lives nos atrativos e a TV retorna com secundagem menor e mesma frequência de exposição - valendo-se ainda do alinhamento "segunda tela". A campanha finaliza com conteúdo (postagens) de interações das ações de guerrilha e devolutiva da influencer, na quarta semana teremos a última atividade na orla e atrativos com sampling dos leques. Todas as informações levantadas sobre os leads ficam a inteira disposição da Prefeitura para ações futuras dentro da LGPD - que irá utilizar estes dados sensíveis para fins de relacionamento.

Assim, não é possível identificar na proposta da agência AZIMUTH nenhum dos pontos avaliativos por completo, já que a estratégia não expõe o desafio de comunicação apresentado pela Prefeitura de Casimiro de Abreu e, por isso, não demonstra com argumentos lógicos como superar tal desafio. A exemplo do item 12.1.2.6 do edital, a estratégia apresentada sequer traz os públicos, os objetivos e a verba disponível, aspectos que são completamente ignorados na apresentação da estratégia por parte da agência AZIMUTH que, ainda assim, recebeu nota máxima em julgamento deste subitem.

Por conseguinte, considerando-se os requisitos expressos, não satisfatoriamente atendidos, previstos no item 11.3.2 ("Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária"), e subitens, do edital, bem como os critérios de julgamento previstos no item 12.1.2, e subitens, do edital, os quais não foram igualmente atendidos, é irregular – por

grande margem objetiva – a nota máxima atribuída pela douta Subcomissão Técnica a tal Subquesto quanto ao Plano de Comunicação Publicitária da Recorrida.

**Na realidade, a licitante também deveria ter recebido nota zero em mais este subquesto** – com a consequente desclassificação da proposta, nos termos do item 12.4.11.h.1 e/ou 12.4.11.h.3.

## **2.2) VÍCIOS TÉCNICOS QUE COMPROMETEM INTEGRALMENTE A AVALIAÇÃO DO INVÓLUCRO Nº 3 DA LICITANTE AZIMUTH E EXIGEM SUA DESCLASSIFICAÇÃO.**

Se as irregularidades constatadas no Invólucro nº 1 da AZIMUTH já são suficientes, cada uma delas, para gerar a sua desclassificação, o mesmo pode ser dito para o Invólucro nº 3, que conseguiu até mesmo superar o número de vícios.

Sobre o Invólucro nº 3, cumpre esclarecer inicialmente que a finalidade última dos cadernos que o compõem é comprovar a capacidade da concorrente de atender às necessidades específicas da conta da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, seja pela demonstração de sua estrutura de atendimento (humana, física e procedimental), por meio da apresentação de um portfólio de trabalho e de profissionais que seriam colocados à disposição da Prefeitura, bem como em razão do histórico da licitante solucionando problemas publicitários de outros clientes (repertório e relatos de comunicação).

Ocorre que, quantitativa e qualitativamente, a proposta da agência AZIMUTH mais violou do que respeitou disposições do instrumento convocatório em relação ao conteúdo do Invólucro nº 3 e, também por esse motivo, **deve ser IMEDIATAMENTE DESCLASSIFICADA**, nos termos do item 12.11.4.h do edital, já transcrito anteriormente.

Os vícios grosseiros e graves de mais esse envelope da proposta da AZIMUTH comprometeram, inclusive, a capacidade da douta Subcomissão Técnica de avaliar comparativamente as propostas das três concorrentes. **Pela exorbitância de irregularidades absurdas, os ilustres avaliadores acabaram, equivocadamente, atribuindo pontuação para subquestos que sequer constavam do caderno ou que estavam em absoluta desconformidade com o que fora exigido**, aos quais deveria ter sido atribuída nota zero – e consequentemente gerado a sua desclassificação.

É dizer, os vícios da proposta da agência AZIMUTH não são meramente formais e irrelevantes, mas completamente substanciais e diametralmente opostos a todas as disposições editalícias.

Apesar das especificidades da licitação de publicidade, trata-se de um tema regido por uma legislação com mais de 10 anos – Lei nº 12.232/2010 –, sobre o qual os órgãos de controle já tiveram a oportunidade de se debruçar, sendo profundos conhecedores das normas aplicáveis a este certame. Isso é relevante porque, **se a proposta classificada ilegalmente em primeiro lugar não for imediatamente desclassificada, restará totalmente comprometida a lisura deste certame**, tornando-o nulo e desperdiçando todos os recursos públicos (financeiros e de pessoal) até o momento despendidos para a realização do certame.

Por conseguinte, é no melhor interesse da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu que se apresenta mais este tópico recursal, em vista ao iminente risco de contratação nula de licitante que descumpriu praticamente todas as regras estipuladas pela lei, edital e jurisprudência, sendo extremamente desvantajosa e prejudicial ao erário e ao interesse público.

### 2.2.1) Cadernos do Invólucro nº 3 que não atendem aos requisitos mínimos e obrigatórios:

O item 11 do edital detalha como deve se dar a “APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA”, e de forma pormenorizada disciplina o conteúdo e a formatação de cada caderno e invólucro. No que concerne ao conteúdo do Invólucro nº 3, restou estabelecido que:

**11.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. [...]**

**11.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página**

**interna**, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. [...]

**11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.**

Veja-se que a ordem editalícia é cristalina: os Quesitos 2, 3, e 4 da Proposta Técnica, ainda que igualmente contidos no Invólucro nº 3, devem constituir cada qual um **CADERNO ESPECÍFICO**.

Ainda que não seja uma irregularidade que compromete a avaliação da douta Subcomissão Técnica – existem tantas outras que efetivamente comprometem, como será demonstrado a seguir –, o fato é que tal exigência é praxe nas contratações públicas de serviços de publicidade, sendo que a agência AZIMUTH apresentou **UM ÚNICO CADERNO PARA OS TRÊS QUESITOS**, com 251 páginas que sequer estavam numeradas.

2.2.2) Licitante que não apresentou nenhuma informação que remeta ou satisfaça ao exigido para os subquesitos (i) Clientes, (ii) Profissionais e (iii) Infraestrutura.

Substancialmente, no que concerne ao conteúdo dos cadernos, os vícios são ainda mais graves e alarmantes.

Isso porque o quesito “Capacidade de Atendimento” exige expressamente a apresentação de informações específicas e que são divididas em 5 (cinco) subquesitos: (i) Clientes; (ii) Profissionais; (iii) Infraestrutura e Recursos Materiais; (iv) Sistemática de Atendimento; e (v) Informações de Marketing.

Provavelmente em razão da confusão causada pela licitante, **a proposta da agência AZIMUTH acabou sendo avaliada e muito bem pontuada em subquesitos que sequer estavam presentes em seu caderno**, ou seja, foram atribuídas notas e

apresentadas justificativas absolutamente incondizentes com o caderno que estava sendo avaliado.

Veja-se o que estabelece o subitem 11.6 do edital em relação ao conteúdo do caderno Capacidade de Atendimento:

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais **a licitante deverá apresentar:**

- a) **relação nominal dos seus principais clientes** à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) **quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais** que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) **infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição** do ANUNCIANTE para a execução do contrato;
- d) **sistemática operacional de atendimento** na execução do contrato;
- e) **relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia** que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Nesta senda, o subitem 12.9 disciplina como deveriam ser atribuídas as pontuações de cada subquesto, para que o quesito Capacidade de Atendimento some o máximo de 15 pontos possíveis:

12.9 - Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos

12.9.1 - **O porte e a tradição dos clientes atuais** da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: **3 (três) pontos;**

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

12.9.2 - A **experiência dos profissionais** da licitante em atividades publicitárias: **3 (três) pontos;**

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu



Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

12.9.3 - **A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia** de comunicação publicitária implementada pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: **3 (três) pontos**;

3 pontos = atendeu

1.5 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

12.9.4 - **A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição** da execução do contrato: **2 (dois) pontos**;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

12.9.5 - **A operacionalidade do relacionamento** entre o Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e a licitante, esquematizado na proposta: **2 (dois) pontos**;

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

12.9.6 - **A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia** que a licitante colocará regularmente à disposição do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **2 (dois) pontos**.

2 pontos = atendeu

1 pontos = atendeu parcialmente

0 ponto = não atendeu

Ressalta-se que a licitante AZIMUTH foi assim avaliada:

AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO DA LICITANTE AZIMUTH		
O QUE ESTAVA SENDO AVALIADO:	GUILHERME	
a) <b>relação nominal dos seus principais clientes</b> à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles	3,0 pontos	"atende com excelência"
12.9.1 - <b>O porte e a tradição dos clientes atuais</b> da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: <b>3 (três) pontos</b> ;		



Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

<p>b) <b>quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais</b> que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.2 - A <b>experiência dos profissionais</b> da licitante em atividades publicitárias: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	3,0 pontos	"atende com excelência"
<p>b) <b>quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais</b> que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.3 - A <b>adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia</b> de comunicação publicitária implementada pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	1,5 pontos	"informações incompletas da qualificação dos profissionais"
<p>c) <b>infraestrutura e instalações da licitante <u>que estarão à disposição</u></b> do ANUNCIANTE para a execução do contrato;</p> <p>12.9.4 - A <b>adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição</b> da execução do contrato: <b>2 (dois) pontos</b>;</p>	2,0 pontos	"atende com excelência"
<p>d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;</p> <p>12.9.5 - A <b>operacionalidade do relacionamento</b> entre o Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e a licitante, esquematizado na proposta: <b>2 (dois) pontos</b>;</p>	1,0 ponto	"falta clareza na questão da relação com a prefeitura"
<p>e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.</p> <p>12.9.6 - A <b>relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia</b> que a licitante colocará regularmente à disposição do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: <b>2 (dois) pontos</b>.</p>	1,0 ponto	"falta aprofundar as questões propostas"
<b>O QUE ESTAVA SENDO AVALIADO:</b>	<b>DANIELA</b>	
<p>a) <b>relação nominal dos seus principais clientes</b> à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles</p> <p>12.9.1 - O <b>porte e a tradição dos clientes atuais</b> da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	3,0 pontos	"atendeu ao briefing"
<p>b) <b>quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais</b> que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.2 - A <b>experiência dos profissionais</b> da licitante em atividades publicitárias: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	1,5 pontos	"faltou clareza"
<p>b) <b>quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais</b> que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.3 - A <b>adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia</b> de comunicação publicitária implementada pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	3,0 pontos	"material completo"

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

<p>c) <b>infraestrutura e instalações da licitante <u>que estarão à disposição</u></b> do ANUNCIANTE para a execução do contrato;</p> <p>12.9.4 - <b>A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição</b> da execução do contrato: <b>2 (dois) pontos</b>;</p>	1,0 ponto	“faltou clareza”
<p>d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;</p> <p>12.9.5 - <b>A operacionalidade do relacionamento</b> entre o Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e a licitante, esquematizado na proposta: <b>2 (dois) pontos</b>;</p>	1,0 ponto	“faltou clareza”
<p>e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.</p> <p>12.9.6 - <b>A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia</b> que a licitante colocará regularmente à disposição do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: <b>2 (dois) pontos</b>.</p>	2,0 pontos	“material completo”
<b>O QUE ESTAVA SENDO AVALIADO:</b>	<b>NILO</b>	
<p>a) <b>relação nominal dos seus principais clientes</b> à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles</p> <p>12.9.1 - <b>O porte e a tradição dos clientes atuais</b> da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	3,0 pontos	“clientes com tradição no mercado”
<p>b) <b>quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais</b> que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.2 - <b>A experiência dos profissionais</b> da licitante em atividades publicitárias: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	3,0 pontos	“não foram bem destacados”
<p>b) <b>quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais</b> que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.3 - <b>A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia</b> de comunicação publicitária implementada pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	1,5 pontos	“parcialmente”
<p>c) <b>infraestrutura e instalações da licitante <u>que estarão à disposição</u></b> do ANUNCIANTE para a execução do contrato;</p> <p>12.9.4 - <b>A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição</b> da execução do contrato: <b>2 (dois) pontos</b>;</p>	2,0 pontos	“apresenta boa estrutura”
<p>d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;</p> <p>12.9.5 - <b>A operacionalidade do relacionamento</b> entre o Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e a licitante, esquematizado na proposta: <b>2 (dois) pontos</b>;</p>	2,0 pontos	“mostrou operacionalidade”

<p>e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.</p> <p>12.9.6 - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: <b>2 (dois) pontos</b>.</p>	2,0 pontos	“todos foram relevantes”
---	------------	--------------------------

Mesmo antes do cotejamento das avaliações e justificativas com o conteúdo do caderno, é evidente a existência de incongruência grave, não apenas porque os ilustre julgadores divergem significativamente entre si, mas porque, em razão da confusão causada pela licitante ao apresentar caderno único e incompleto, apresentam justificativas incompatíveis com a pontuação atribuída por eles próprios: o avaliador Nilo, por exemplo, conferiu nota máxima a critério que considerou “não ter sido bem destacado”. Destaca-se:

O QUE ESTAVA SENDO AVALIADO:	NILO	
<p>b) quantificação e qualificação, <u>sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência)</u>, dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;</p> <p>12.9.2 - A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias: <b>3 (três) pontos</b>;</p>	3,0 pontos	“não foram bem destacados”

Ocorre que **todos os quesitos cuja avaliação está em vermelho, na tabela acima, são quesitos que deveriam ter recebido NOTA ZERO por NÃO TEREM SIDO APRESENTADOS pela licitante AZIMUTH – causando a desclassificação da proposta.**

Das 251 páginas do caderno único (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos), apenas 9 (nove) páginas dizem respeito ao quesito Capacidade de Atendimento, sendo que desse total de 9 (nove) páginas apenas 2 (duas) são de efetivo conteúdo relacionado à capacidade de atendimento da concorrente:

- a) **As páginas 1 e 2** são páginas sem qualquer conteúdo, mas apenas com a assinatura da concorrente e o título do quesito;
- b) **A página 3** contém menos de 30 linhas de texto, e não pode ser compreendida como suficiente para satisfazer o que requer as alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 11.6 do edital;

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

- c) **A página 4** consiste em apenas dois parágrafos, que de forma extremamente precária introduzem o que supostamente deveria atender as alíneas “d” e “e” do subitem 11.6 do edital;
- d) **As páginas 5 a 9** contém certificações que são irrelevantes para o caderno em questão, incluindo até mesmo certidão vencida.

É dizer, no que concerne à **relação nominal dos principais clientes**, com a especificação do início de atendimento de cada um deles, e foco avaliativo em seu porte e tradição, a concorrente AZIMUTH recebeu nota máxima de todos os três avaliadores, pois supostamente “atendeu com excelência” ao solicitado e seus clientes possuem “tradição no mercado”. Contudo, **A LICITANTE NÃO INCLUIU UMA LISTA NOMINAL DE CLIENTES EM SEU CADERNO. NÃO MENCIONANDO NENHUM CLIENTE NOMINALMENTE.**

Da mesma forma que **NÃO APRESENTOU O CURRÍCULO RESUMIDO DE NENHUM PROFISSIONAL** e **NÃO APRESENTOU QUALQUER INFORMAÇÃO SOBRE INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS.**

Veja-se o inteiro teor dos dois parágrafos que tratam sobre (i) Clientes, (ii) Profissionais e (iii) Infraestrutura:

A Azimuth já conta com profissionais que somam a ampla experiência de mercado à vivência acadêmica, característica esta que nos aproxima de diferentes realidades e segmentos, com clientes atendidos em Alagoas, Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro (Sul Fluminense). O time estratégico é composto por profissionais com mais de 25 anos de mercado e também por novos talentos, o que garante a fluidez de informação para os criativos e planejamento - estes ambientados com todas as ferramentas e plataformas necessárias. O staff técnico tem vasta experiência nos protocolos de licitações o que assegura o respeito às normas e lisura nos processos.

Nossa estrutura nos permite transitar em gestão do patrimônio marca, pesquisas de mercado e de opinião, gerando conhecimento produtivo e respostas efetivas para os clientes. Temos parceiros como fornecedores e veículos, uma relação profissional que entende ser o respeito aos prazos de entrega o fator determinante, assim como a transparência nas tratativas de orçamentos e pagamentos.

Com todo o respeito aos ilustres avaliadores, evidentemente induzidos em erro pela licitante AZIMUTH, mas as avaliações consignadas são absolutamente ilógicas e desconectadas do conteúdo do caderno, pois afirma-se, categoricamente, que a referida licitante teria apresentado “material completo” ou que “atende com excelência” os requisitos

que objetivavam avaliar os profissionais que estariam à disposição do contrato. Contudo, não foi apresentado um único currículo resumido, o qual deveria conter, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais da licitante.

Evidente que (i) a não apresentação de uma relação nominal de clientes; (ii) a não indicação de nenhum profissional que estaria à disposição da Prefeitura para a execução do contrato; e (iii) a total inexistência de informação sobre a infraestrutura e os recursos materiais que a licitante dispõe tornam **forçoso que a AZIMUTH receba nota zero nos três subquestos, bem como seja desclassificada por isso e pelo não atendimento das disposições editalícias**, nos termos da do item 12.11.4.h do edital.

### 2.2.3) “Repertório” que extrapola substancialmente o limite de peças:

Apesar de os argumentos supra serem suficientes para também ensejar a imediata desclassificação da agência AZIMUTH – sem falar nas irregularidades do Invólucro nº 1 –, a análise específica dos Quesitos 3 e 4 (Repertório e Relatos) evidencia que os vícios técnicos da proposta apenas se agravam, tornando ainda mais imprescindível o provimento do presente recurso, sob pena de se comprometer a lisura deste certame.

Para o quesito Repertório, o edital disciplina que:

11.8.1 **A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças publicitárias**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido **veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 10 (dez) anos anteriores à licitação**. [...]

11.8.2 **Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica** com a indicação sucinta do **problema que se propôs a resolver** e a **identificação da licitante** e de seu **cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição** e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um **veículo que divulgou a peça**.

11.8.3 **As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE**, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

No entanto, o caderno Repertório apresentado pela AZIMUTH possui um total de **108 PÁGINAS, COM 107 IMAGENS QUE EQUIVALEM 44 PEÇAS GRÁFICAS E NENHUMA FICHA TÉCNICA.**

Quer dizer, a impressão que se tem é que a licitante simplesmente apresentou todo o seu portfólio, sem sequer ler antes o edital e as regras que definiam o que poderia e deveria ser apresentado.

Destaca-se ainda que, além do completo desrespeito ao quantitativo máximo de peças que poderiam ser apresentadas – **44 em vez de 5** –, a ausência de fichas técnicas não permite verificar se as 107 imagens incluídas no Repertório efetivamente correspondem a peças publicitárias produzidas pela licitante ou ainda se violam ou não a contemporaneidade exigida (não podem ser mais antigas do que 10 anos) e a vedação à inclusão de trabalhos que tenham sido aprovados ou solicitados pelo anunciante, já que não se pode aferir quem são os clientes. Também não é sequer possível identificar se tais peças foram produzidas pela licitante ou por outra empresa.

Tamanho desrespeito à ordem do subitem 11.8.1 de apresentação de, no máximo, 5 (cinco) peças para o caderno Repertório, por si só, já é suficiente para desclassificar a concorrente AZIMUTH por minar, completamente, a capacidade da douta Subcomissão Técnica de avaliar as licitantes de forma isonômica, haja vista a impossibilidade de se comparar objetivamente os trabalhos. Também deveria ter recebido nota 0 (zero), por ter descumprido o edital, e sido desclassificada.

Considerando que o caderno é completamente silente sobre o que seriam as 107 páginas de imagens nele inseridas, presume-se tratar-se de apresentações de antigos trabalhos da concorrente, correspondendo 44 peças gráficas, ainda que – para grande parte do material – seja quase impossível definir que tipo de peça publicitária se estaria analisando.

A falta de informação é tamanha que até mesmo a interposição deste recurso é dificultada, pairando dúvida sobre o que significam diversas imagens. Veja-se que a primeira imagem após a capa contém a logo de outras três empresas: Z3 Web Agência Digital, Quest BP e Capela ST:

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação



Além disso, a logo dessas empresas está presente nas 50 imagens imediatamente subsequentes, causando a impressão de que se trata de trabalhos não produzidos pela AZIMUTH. Se este for o caso, e a intenção da concorrente é apresentar parceiros com quem trabalhe, verifica-se incontestável violação de pelo menos o item do edital concernente às condições de participação:

- 4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda [...] f) que estejam reunidas em consórcio;

Evidente que o inteiro teor do caderno Repertório viola o que estava prescrito no edital, além de comprometer a capacidade dos ilustres avaliadores da Subcomissão Técnica de avaliar as propostas comparativamente com isonomia. É certo que, mesmo que não violasse e fosse possível o julgamento, o teor do caderno não se mostra – em nenhuma hipótese – suficiente para o recebimento de pontuação máxima, conforme ocorreu, devendo na realidade ter recebido nota zero:

12.10 - Repertório ( 10 pontos)						
12.10.1 - A ideia trazida e sua pertinência ao problema que a isolante se propôs a resolver ( 4 pontos)	4	atende com excelência	4	material completo segundo o briefing	4	trabalho criativo e soluções
4 pontos = atendeu						
3 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.10.2 - A qualidade da execução e o acabamento da peça ou material (3 pontos)	3	atende com excelência	3	material completo	3	bom gosto e bom acabamento
3 pontos = atendeu						
1.5 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.10.3 - A clareza da reprodução das informações prestadas ( 3 pontos)	3	atende com excelência	3	material completo	3	objetiva
3 pontos = atendeu						
1.5 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
TOTAL PONTOS REPERTÓRIO	10		10		10	

Por conseguinte, haja vista a proposta da recorrente AZIMUTH ter violado, concreta e inquestionavelmente, os itens 11.7, 11.8.1 e 11.8.2, e potencialmente (haja vista a impossibilidade de se atestar a não violação, pelo não atendimento do subitem 11.8.2) os subitens 11.8.1.1 e 11.8.3, é forçoso que sua proposta seja **IMEDIATAMENTE DESCLASSIFICADA**, seja nos termos do item 12.11.4 “h1” ou “h3” do edital.

#### 2.2.4) “Relatos” que extrapola substancialmente o limite de peças e páginas:

O mesmo ocorre com a parte do caderno em que estariam contidos os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, o qual possui 134 páginas se considerados de forma conjunta o que foi intitulado “Relatos de Solução de Problemas de Comunicação” e “Cases”. Sobre este quesito, o edital estabelece que:

**11.10 A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas**, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I – deverá ser elaborado pela licitante, **em papel que a identifique**;
- II – deverá contemplar **nome, cargo ou função e assinatura** de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV – **deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente**, de forma a atestar sua autenticidade.

**11.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos**, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, **além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura**.

**11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 10 (dez) anos anteriores à licitação.**

**11.10.3 É permitida a inclusão de até 02 (dois) peças publicitárias**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras: [...]



II - **as peças gráficas** poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e **indicadas suas dimensões originais**;

III - **para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica** com a indicação sucinta do **problema que se propôs a resolver**.

11.10.3.1 **A ficha técnica de cada peça**, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 **deverá compor o limite de páginas** estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

É dizer, poderiam ser apresentados, no máximo, 3 (três) Relatos, os quais poderiam conter, no máximo, 2 (duas) peças publicitárias, se apresentadas peças publicitárias. Além disso, os Relatos deveriam conter suas respectivas fichas técnicas, as quais deveriam compor o limite de páginas de, no máximo, 4 (quatro) páginas por Relato.

Ou seja, se apresentados Relatos na maior quantidade aceita (3 Relatos, cada qual com 2 peças), **O CADERNO PODERIA TER, NO MÁXIMO, 18 PÁGINAS, MAS POSSUI 134.**

Dessarte, novamente, a absoluta falta de informações obrigatórias inviabiliza confirmar a não violação da contemporaneidade exigida (não serem mais antigos do que 10 anos – *vide* subitem 11.10.2), bem como atestar todos os outros critérios de avaliação.

Entretanto, constata-se cabalmente que:

- (i) Não foi respeitado os quantitativos máximos de conteúdo e páginas – **havendo violação dos subitens 11.10, 11.10.3 e 11.10.3.1**;
- (ii) Os “Relatos” não estão em papel que identifique a licitante – **havendo violação do subitem 11.10, I**;
- (iii) Não se sabe quem é o funcionário responsável pelos Relatos, pois a AZIMUTH deixou de incluir o nome, cargo ou função, e assinatura deste – **havendo violação do subitem 11.10, II**;
- (iv) Inexiste validação formal por parte dos clientes em relação a nenhum

dos relatos apresentados – **havendo violação do subitem 11.10. IV;**

- (v) Por consequência de os relatos não estarem referendados pelos clientes, não foi informado o número dos contratos, o nome dos clientes, assim como o nome, cargo ou função, e assinatura de representante do cliente – **havendo violação do subitem 11.10.1;**
- (vi) Todas as peças são gráficas, contudo, nenhuma indica a dimensão original, não sendo informado nem mesmo o tipo de peça apresentada, na grande maioria dos casos – **havendo violação do subitem 11.10.3. II;** e
- (vii) Mesmo que as páginas 2 e 96 pretendam ser fichas técnicas ou a integralidade do texto dos relatos, seu conteúdo não é suficiente para que estas se qualifiquem como tais, pois sequer é possível cotejar sobre quais peças elas tratam – **havendo violação do subitem 11.10.3. III.**

De toda forma, resta claro que, *no mínimo*, a concorrente AZIMUTH tentou apresentar 7 cases – quantidade mais do que duas vezes superior ao quantitativo máximo permitido pelo edital. Além disso, para cada “campanha” foi apresentada quantidade de peças muito superior à permitida:

### **1. Centro Universitário Integrado PR**

- i. Anúncio de Jornal
- ii. Cópia da “solicitação de job”

### **2. Campanha CPA**

- i. Logomarca
- ii. Cartaz
- iii. Flyer
- iv. Adesivo para banheiro
- v. Apresentação de slide sobre a estratégia

### **3. Campanha Hospital Veterinário**

- i. Apresentação de slide sobre a estratégia
- ii. Outdoor
- iii. Cartaz
- iv. Flyer frente e verso
- v. Flyer com vinco

- vi. 3 Folders com vinco (contracapa e capa)
  - vii. Imã de geladeira
  - viii. Banner para redes sociais
  - ix. 2 Roteiros de Spot 30”
  - x. 2 Folders com vinco (página inteira)
  - xi. 4 artes para brinde
  - xii. Imagem “Dr. Amigo”
  - xiii. Cartão retorno
  - xiv. Placa de identificação
  - xv. Fachada
- 4. Centro Universitário Cidade Verde**
- i. Post
- 5. Centro Universitário UGB**
- i. Post
- 6. Griffe Marca**
- i. Logomarca
  - ii. 5 modelos de camiseta
  - iii. Apresentação de slide com detalhes sobre as roupas
  - iv. Moletom
  - v. 2 modelos de boné
  - vi. Tag
  - vii. Sacola
  - viii. Caderno
  - ix. Caneca
  - x. Tabela de preços dos produtos
- 7. Campanha 30 Anos**
- i. Apresentação de slides sobre a estratégia
  - ii. Outdoor
  - iii. Cartaz
  - iv. 3 Anúncios sequenciais
  - v. Roteiro de Spot

Ocorre que também se incluiu no caderno material publicitário que não possui qualquer relação com as breves descrições de campanhas constantes das mencionadas páginas 2 e 96:

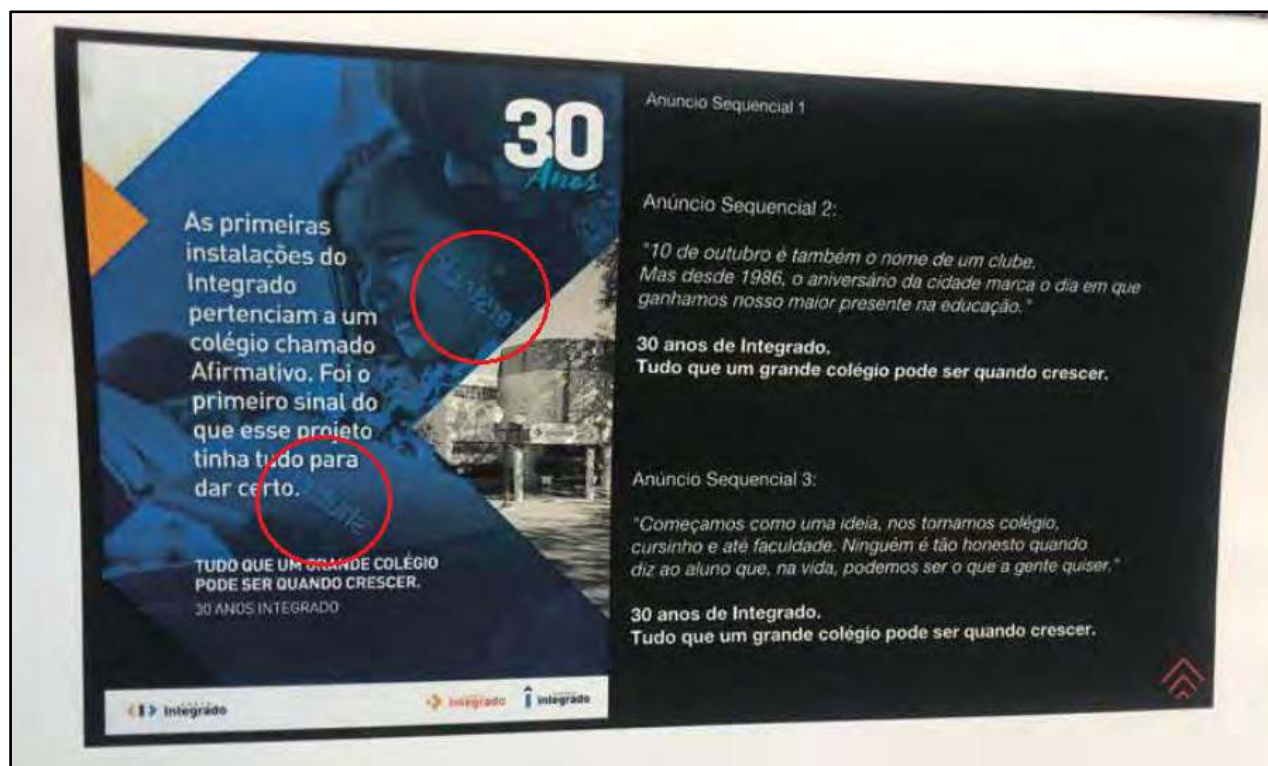
- i. 5 versões de logo marca UCLA;

Breve Comunicação Institucional é o nome fantasia de Kiara Pontocom Comunicação

- ii. Logomarca Piratas
- iii. Logomarca Tibet

É dizer, a Proposta Técnica da concorrente AZIMUTH está em **ABSOLUTA DESCONFORMIDADE COM O EDITAL, INVIABILIZANDO A AVALIAÇÃO ISONÔMICA, E COM VÍCIOS TÃO GROSSEIROS QUE É FORÇOSA A CONCESSÃO DE NOTA ZERO E A DESCLASSIFICAÇÃO DA CONCORRENTE.**

Oportuno ainda salientar, que muitos dos trabalhos apresentados **sequer são peças finalizadas e efetivamente produzidas/veiculadas**, as peças que deveriam ser eletrônicas não foram apresentadas, tendo-se incluído no caderno apenas o roteiro dos spots que se pretendia produzir. Além disso, o material possui a marca d'água do banco de imagens, o que evidencia que pode não ser conteúdo para o caderno Relatos, pois não são trabalhos efetivamente desenvolvidos pela licitante. Veja-se:



Como mencionado anteriormente, **o caderno mais viola do que as respeita as disposições do edital e, ainda assim, equivocadamente, recebeu nota máxima de todos os três ilustre avaliadores**, com justificativas completamente desconexas do

conteúdo efetivamente apresentado, tais como: “bem explícito” sobre a consistência da relação de causa e efeito entre problema e solução, ou “atende com excelência” no que toca aos resultados alcançados, quando sequer tratou-se sobre as soluções e os resultados.

As incontáveis violações ao edital causaram uma confusão tão grande que fizeram com que a douta Subcomissão Técnica ficasse totalmente impossibilitada de analisar adequadamente o conteúdo do caderno.

Por fim, é oportuno salientar que o edital exige expressamente que todos os três Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação estejam formalmente validados pelo respectivo cliente. Porém **NENHUM DOS SETE CASES APRESENTADOS FOI ACOMPANHADO DE REFERENDO e isso torna todos eles completamente inválidos para o presente certame.** Por si só, a ausência de referendo, quando expressamente requerido, já seria suficiente para que nenhum dos Relatos da AZIMUTH fosse avaliado, fazendo com que ao caderno fosse conferida nota zero.

É válido ainda ressaltar que, não apenas o item 12.11.4.h do edital (será desclassificada a Proposta que não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos ou que obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos) torna obrigatória a imediata desclassificação da concorrente AZIMUTH por todas as irregularidades constantes em seu Invólucro nº 3, como tal necessidade é de ordem legal.

A Lei nº 12.232/2010 expressamente prevê – como parte do procedimento de julgamento das propostas técnicas – que, quando do julgamento do conteúdo do Invólucro nº 3 (informações de que trata o art. 8º da Lei 12.232/2010), será desclassificada a concorrente que desatender quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório (art. 11, § 4º, inciso V).

O referido art. 8º, por sua vez, disciplina que: “*O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de **quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes**”.* Além disso, o art. 6º dispõe:

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

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

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

Veja-se que as exigências editalícias de limitação de páginas e de quantidade de peças estão respaldadas no que preceitua a Lei nº 12.232/2010, bem como que “*desatender quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório*” é hipótese de desclassificação, sem falar na Lei nº 8.666/1993, que prevê mais diversas hipóteses de desclassificação igualmente aplicáveis ao presente caso.

Assim, a concorrente **AZIMUTH** deve ser **imediatamente desclassificada**, seja pelo não atendimento ao disposto no edital, seja por ter sido revisado o julgado os quesitos Repertório e Relatos, assim como subquesitos Clientes, Profissionais e Infraestrutura, receberam nota zero.

### 3) CONCLUSÃO

Evidente, portanto, que o prosseguimento do certame sem a desclassificação da licitante AZIMUTH configurará dano grave ao erário, ante a contratação de agência que violou inúmeras regras do edital e apresentou proposta totalmente dissonante com suas diretrizes, sendo incapaz de atender às demandas da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu. **Ressalta-se ainda que as irregularidades que viciaram a proposta da AZIMUTH maculam tão somente a sua proposta, mas não o certame como um todo – ao menos não se corrigido imediatamente, com a desclassificação da proposta viciada.**

Dessarte, **considerando a gravidade dos erros e das irregularidades praticadas pela licitante AZIMUTH em sua proposta técnica**, tratados neste recurso, e tendo em conta a expressa previsão de desclassificação de licitante na hipótese de descumprimento do edital, ou ainda de obtenção de nota zero em quesito ou subquesito (subitem 12.4.11.h.1 e 12.4.11.h.3), tem-se o provimento deste recurso como a única medida juridicamente possível, a fim de evitar prejuízo ao erário e ao interesse público com a mácula de certame que já se encontra em fase final.

#### 4) PEDIDOS.

Em face de todo o exposto no presente Recurso, **requer-se a imediata desclassificação da concorrente AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, quer pelas inúmeras violações graves ao instrumento convocatório (cf. subitem 12.4.11.h.1 do edital), quer pela necessidade de revisão das avaliações dos Invólucros nº 1 e 3, para que seja atribuída nota zero em decorrência do descumprimento de sub quesitos obrigatórios (cf. subitem 12.4.11.h.3 do edital), culminando na alteração da classificação das Propostas Técnicas divulgada na 2ª Sessão Pública da Concorrência nº 03/2023.

Requer-se, ainda, que o presente Recurso seja encaminhado ao jurídico da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, para que seja juntado parecer sobre as consequências do prosseguimento de processo licitatório caso não sejam reconhecidos os vícios da proposta da licitante AZIMUTH descritos neste recurso.

Casimiro de Abreu (RJ), 23 de junho de 2023.

**BREVE CI - KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**

CNPJ nº 03.844.452/0001-48

**Kiara Pinto Vasconcelos - sócia**

CPF 895.779.496-49

RG nº M-5.604.874

(31) 99306.1603

## Protocolo 1- 5.117/2023

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** Representante: KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO

**Data:** 26/06/2023 às 11:54:24

**Setores (CC):**

SEMCS

—  
**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

### **Anexos:**

Juizo\_de\_Admissibilidade\_Recurso\_CC\_03\_2023\_BreveCI.pdf

---

Assinado digitalmente (emissão + anexos) por:

Assinante	Data	Assinatura
Régis Silva Bento	26/06/2023 11:54:50	1Doc RÉGIS SILVA BENTO CPF 121.XXX.XXX-00

Para verificar as assinaturas, acesse <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/verificacao/> e informe o código: **9854-B1D1-B43D-6D1F**





## **Processo Administrativo nº 3735/2022**

### **Concorrência Pública nº 03/2023**

**OBJETO:** Referente a contratação de 1 (uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232 - de 29.04|2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias; devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e/ou no Termo de Referência, na forma da Lei - com o intuito de atender ao Princípio da Publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população.

**Recorrente:** **BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, estabelecida na Rua R, nº. 12, Condomínio Casamares, Bairro Balneário, São Pedro da Aldeia/RJ, inscrita no CNPJ. nº 03.844.452/0001-48.

## **1 - DOS REQUISITOS DE ADMISSIBILIDADE**

### 1.1 Da Tempestividade:

No dia 16 de junho de 2023, ocorreu a Segunda Sessão Pública para a abertura e identificação dos envelopes não-identificados das propostas técnicas, de acordo com o estabelecido no item 23.3 do Edital. Ao final da reunião, as empresas presentes manifestaram interesse em interpor recurso.

### **Preconiza o Edital, no item 22:**

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, protocolizada por Protocolo eletrônico no link: <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/b.php?pg=wp/wp&itd=5> ou protocolizado na Sede da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, de segunda a sexta-feira, das 09:00 às 17:00h, na Rua Padre Anchieta, 234, Centro – Casimiro de Abreu.

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis nos locais citados no item 22.1.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4 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.

22.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

### 1.2. Da representação.

Preliminarmente, foi verificado que o recorrente, **BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** juntou os documentos pertinentes à representação.

## **2 . DOS ARGUMENTOS DO RECORRENTE**

A recorrente pede a desclassificação da empresa AZIMUTH pelos seguintes motivos:

- Referente aos documentos do invólucro 1:

1. Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.2, “b” e “e” do edital, a agência AZIMUTH apresentou a via não identificada da proposta com capa plástica e recuos;



2. Em descumprimento ao disposto no subitem 11.2.6 do edital, desrespeitou o limite máximo de páginas dos subquesitos, extrapolando-se seu quantum em 40%;
  3. Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.3, “a”, 11.3.3.1 e 11.3.3.2 do edital, não foi apresentada a relação de peças da Ideia Criativa, com distinção entre as que seriam corporificadas ou não, e não houve explicitação da finalidade e funções táticas das peças propostas;
  4. Em descumprimento ao disposto no subitem 11.3.3.3.6 do edital, a forma como foram apresentadas as peças da Ideia Criativa impossibilitam o cotejo com o caderno, que sequer contém relação de peças;
  5. Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.3.3 e 11.3.3.4 do edital, poderiam ser apresentadas, no máximo, 10 (dez) peças corporificadas, contudo, a agência AZIMUTH apresentou 13 (treze) exemplos de peças publicitárias corporificadas, extrapolando o quantum máximo em 30%;
  6. Em descumprimento ao disposto no subitem 11.3.4 do edital, a Estratégia de Mídia e Não Mídia está incompleto, pois não apresenta a defesa da estratégia de mídia, assim como não aborda a tática de mídia. Além disso, o subquesito também não informa o formato das peças, o período de veiculação, a quantidade de inserções e o nome dos programas, e não são apresentadas as simulações dos parâmetros de cobertura e frequência;
  7. Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.2 e 12.1.2 do edital, o conteúdo evidentemente precário e incompleto do subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária foi incorretamente pontuado com nota máxima, não obstante não ter abordado os públicos, objetivos e verba, como determinou o edital.
- Referente aos documentos do invólucro 3:
    1. Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.5, 11.7 e 11.9 do edital, apresentou-se todos os três quesitos em caderno único, com 251 páginas – sem numeração, e não em cadernos específicos como determina o instrumento convocatório;
    2. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “a” do edital, não foi apresentada a relação nominal dos principais clientes, com a especificação do início do atendimento de cada um (não menciona-se sequer um único nome de cliente);
    3. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “b” do edital, não foi apresentada a relação de profissionais que estaria à disposição da execução do contrato, não existindo um único currículo resumido no caderno;
    4. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “c” do edital, não foram apresentadas as instalações da agência ou seus recursos de infraestrutura e materiais;
    5. Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.9.1, 11.9.2, 11.9.3 e 11.9.4 do edital, conferiu-se pontuação a subquesitos que sequer constam do caderno;
    6. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.8.1 do edital, apresentaram-se 107 imagens que equivalem a praticamente “44 peças gráficas”, em afronta ao quantitativo máximo de 5 peças permitido pelo instrumento convocatório;
    7. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.8.2 do edital, não foi apresentada nenhuma ficha técnica, de modo que é impossível avaliar as 107 imagens apresentadas (44 peças gráficas);
    8. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 4.2, “f” do edital, foram apresentados trabalhos de autoria de outras empresas (Z3 Web Agência Digital, Quest BP, e Capela.ST) tanto no Repertório quanto nos Relatos;
    9. Em descumprimento ao disposto no subitem 12.10.1 a 12.10.3 do edital, avaliou-se com nota máxima caderno em absoluta incongruência com todos os requisitos do edital;
    10. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10, 11.10.3 e 11.10.3.1 do edital, a licitante desrespeitou os quantitativos máximos de Relatos, páginas e peças que poderiam ser apresentados no caderno do Quesito nº 4;
    11. Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10, I do edital, os relatos não estão apresentados em papel timbrado da licitante;
    12. Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10, II do edital, não foi indicado qual funcionário responsável da licitante pelo Relato;
    13. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10, IV e 11.10.1 do edital, nenhum dos Relatos conta com referendo do cliente ao qual o relato diz respeito, sendo absolutamente inválidos para os fins desta licitação;
    14. Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10.3, II do edital, nenhuma das peças gráficas está acompanhada da indicação de sua dimensão original;
    15. Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10.3, III do edital, não está explicitado o problema que se propôs resolver com nenhuma das mais de 50 peças apresentadas para os Relatos;



16. Em grave descumprimento aos objetivos do caderno Relatos, apresentou-se roteiros de Spot, ao invés da peça em si;
17. Em grave descumprimento aos objetivos do caderno Relatos, foram apresentadas peças que não foram realmente produzidas e veiculadas pela concorrente, as quais, inclusive, contam com marcas d'água de imagens de banco de imagem.

### **3. CONCLUSÃO:**

Ante ao exposto, foi verificada na petição administrativa da recorrente, os requisitos mínimos exigíveis para análise da presente, quais sejam: a) Representatividade da Requerente; b) Exposição dos Motivos; c) Fundamentação legal; e d) Formulação de pedidos.

Nestes termos conheço o pedido das razões recursais, por tempestivos. A fim de informar os demais participantes do certame, será encaminhado o link para acesso ao processo de recurso para as empresas participantes e aberto prazo para apresentação de contrarrazões.

**Protocolo 2- 5.117/2023**

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** SEMGOV - CPL - Comissão Permanente de Licitação

**Data:** 26/06/2023 às 14:43:46

O prazo para apresentação das contrarrazões correrá até o dia 03/07/2023.

—

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

**Anexos:**

Abertura\_de\_prazo\_para\_contrarrazoes.pdf

**Assunto:** Abertura de prazo para contrarrazões

**De:** Régis Silva Bento <cplcasimirodeabreurj@gmail.com>

**Data:** 26/06/2023 14:44

**Para:** destinatarios-nao-revelados ;

**BCC:** Herika Turrini <comercial@azimuthsolucoes.com.br>, kiara@breveci.com.br

Seguem os links para acessos aos processos de recursos interpostos pelas empresas **AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA** e **BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**.

O prazo para contrarrazões correrá até o dia 03/07/2023

[Protocolo 5.117/2023](#)

[Protocolo 2.952/2023](#)

--

Att,

Régis Silva Bento

Presidente CPL/Pregoeiro

Casimiro de Abreu, RJ

**Protocolo 3- 5.117/2023**

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** SEMCS - Secretaria Municipal de Comunicação Social

**Data:** 04/07/2023 às 14:39:43

Diante dos fatos e dos argumentos apresentados na peça de contrarrazões, faço remessa do presente a Secretaria Municipal de Comunicação, para que seja submetido a Comissão Técnica para fins de análises e emissão de parecer.

Proc. Administrativo 3.079/2023 - Contrarrazões

—

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

**Proc. Administrativo 3.079/2023**

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** SEMGOV - CPL - Comissão Permanente de Licitação

**Data:** 04/07/2023 às 14:34:50

**Setores (CC):**

SEMCS, SEMGOV - CPL

Contrarrrazões.

–

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

**Anexos:**

Contrarrrazoes\_ao\_Recurso\_Administrativo\_AZIMUTH\_SOLUCOES\_1\_ASSINADO\_2\_.pdf

---

Assinado digitalmente (emissão + anexos) por:

Assinante	Data	Assinatura
	05/07/2023 08:51:23	ICP-Brasil AZIMUTH SOLUCOES EMPRESARIAIS LTDA CNPJ 07.1...

Para verificar as assinaturas, acesse <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/verificacao/> e informe o código: **2BB0-3A93-13DE-D1A7**

**EXMOS. SENHORES MEMBROS DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CASIMIRO DE ABREU.**

**Concorrência Pública nº 03/2023 PMCA**

**AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 07.167.748/0001-22, com sede na Rua Aureliano Coutinho, nº 67, Sala 01 e 02, Centro, Petrópolis/RJ, CEP.: 25.625-000, neste ato representada segundo seus atos constitutivos, vem, apresentar formalmente,

#### **CONTRARRAZÕES RECURSAIS**

à irresignação ofertada pela empresa **BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, contra a correta, técnica e adequada classificação da RECORRIDA à fase subsequente do certame, o que faz com arrimo nos elementos fáticos e jurídicos abaixo expendidos:

#### **I - BREVE SÍNTESE**

Trata-se o presente de procedimento licitatório, sob a modalidade de Concorrência Pública, do tipo melhor técnica, realizada pela **PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU**, o qual tem por objeto, *in verbis*:

“2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de 1(uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a



distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias; devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e/ou no Termo de Referência, na forma da Lei - com o intuito de atender ao Princípio da Publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população”.

Desta forma, com o desiderato de atender ao escopo contratual, o Edital pormenorizou as regras a serem atendidas pelas licitantes, visando evidenciar as suas mais diversas aptidões para atendimento ao escopo proposto, bem como visando evidenciar a legalidade estrita na confecção das propostas comerciais das concorrentes.

Nesta linha, em que pese a ora **RECORRIDA** ter cumprido regularmente com todas as exigências editalícias e ter sido devidamente classificada por esta Douta Comissão de Licitação Permanente à fase subsequente da disputa, a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** apresentou Recurso Administrativo, postulando, descabida e desesperadamente, a desclassificação da ora **RECORRIDA**.

Contudo, como restar-se-á comprovado ao final do presente, muito ao revés da equivocada interpretação adotada pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, a decisão classificatória da **RECORRIDA** pautou-se nas mais plenas regularidade e legalidade, não havendo qualquer fato que possa macular a sua validade conforme fatos e fundamentos que se passa a demonstrar:

## II – PRELIMINARMENTE

### **Irregularidade Jurídica da Recorrente / Tumultuo desnecessário do Procedimento / Rejeição do Recurso**

Antes de adentrarmos ao mérito recursal propriamente dito, cumpre reiterar que, como já exposto no bojo do Recurso Administrativo interposto pela ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, a ora **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO**

**LTDA**, não se encontra juridicamente apta a participar, de forma válida, do presente certame, visto que a sua situação jurídico-fiscal encontra-se manifestamente irregular perante a RFB - Receita Federal do Brasil, como pode ser devidamente observado, da imagem colacionada abaixo, a qual faz referência à impossibilidade de se acessar a competente certidão tributária federal da **RECORRENTE**:

## Certidão de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União

### Resultado da Consulta

As informações disponíveis na Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB e na Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional - PGFN sobre o contribuinte 03.844.452/0001-48 são insuficientes para a emissão de certidão por meio da Internet.

Para consultar sua situação fiscal, acesse Centro Virtual de Atendimento e-CAC (<https://cav.receita.fazenda.gov.br/>).

Ora Exas, se esta irregularidade é acessível a qualquer um que diligencie os dados cadastrais públicos da **RECORRENTE**, perante o sítio oficial da Receita Federal, quiçá, a **RECORRENTE** que, como óbvio, tem plena convicção de sua própria irregularidade tributária.

A despeito da **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** ter plena ciência da sua inaptidão jurídica, para participar validamente de licitações públicas, a mesma se aventurou no presente certame e, além de tudo, ainda promoveu a interposição do presente Recurso Administrativo, pautado em singelos e descabidos argumentos, com o fito único de tumultuar e procrastinar a finalização do procedimento licitatório em questão, o que demanda mais gastos financeiros e tempo da Administração Pública.

Ora Douta Comissão Permanente de Licitação, a conduta praticada pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, qual seja, tumultuar, procrastinar e frustrar o procedimento licitatório, pode ensejar na aplicação de penas administrativas e até penais, conforme se observa dos dispositivos legais colacionados abaixo, extraídos da Nova Lei de Licitações – Lei nº 14.133/2021, vejamos:

Art. 155. **O licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:**

(...)

XI - **praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;**

(...)

Art. 156. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas nesta Lei as seguintes sanções:

I - **advertência;**

II - **multa;**

III - **impedimento de licitar e contratar;**

IV - **declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.**

(...)

**Frustração do caráter competitivo de licitação**

**Art. 337-F. Frustrar** ou fraudar, com o intuito de obter para si ou para outrem vantagem decorrente da adjudicação do objeto da licitação, o caráter competitivo do processo licitatório:

Pena - reclusão, de 4 (quatro) anos a 8 (oito) anos, e multa”.

Portanto, a interposição do presente Recurso Administrativo por parte da **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, licitante que sequer possui os documentos fiscais mínimos e elementares para participação em certames, visa tão somente tumultuar, procrastinar e frustrar o procedimento licitatório, o que de modo algum deve ser admitido por esta Douta Comissão Permanente de Licitação.

Assim, “*data venia*”, visando evitar que medidas tais como a presente sejam praticadas por outros licitantes, impõe-se a adoção de uma medida exemplar e pedagógica em face da **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, com a rejeição do Recurso Administrativo e a aplicação de uma sanção administrativa e penal compatível com o padrão de deslealdade com que esta vem se portando, conforme dispositivos legais colacionados acima.

### **III - DO MÉRITO**

## Da Regularidade do Certame / Correta classificação da ora Recorrida

“*Ab initio*”, cumpre aduzir que, conforme restou-se exposto no introito da presente, as partes participam do certame em epígrafe, sob a modalidade de Concorrência Pública, do tipo melhor técnica, realizada pela **PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU**, o qual tem por objeto, *in verbis*:

“2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de 1(uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias; devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e/ou no Termo de Referência, na forma da Lei - com o intuito de atender ao Princípio da Publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população”.

Após uma robusta, minuciosa e contundente análise documental, a Equipe Técnica desta Douta Comissão Permanente de Licitação, entendeu, acertadamente, pela classificação da ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, no certame em tela, por ter esta apresentado, claramente, a proposta mais vantajosa à **Administração Pública**, alcançando a incrível Nota Técnica de **87,16 (oitenta e sete virgula dezesseis)**, conforme tabela abaixo:

PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU	
CAMPANHA - Casimiro é tudo de Bom - Empresa: <u>Azimuth Soluções Empresariais Ltda</u>	
DESCRIÇÃO DO ITEM	NOTA DADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
<b>1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos</b>	
I- Raciocínio Básico	8,5
II - Estratégia de Comunicação Publicitária	18,5
III - Ideia Criativa	18
IV - Estratégia Mídia e Não Mídia	10
<b>2 - Capacidade de Atendimento (3)</b>	<b>12,16</b>
<b>3 - Repertório (3)</b>	<b>10</b>
<b>4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (3)</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>87,16</b>

Portanto no caso posto a exame, a Equipe Técnica desta Douta Comissão Permanente de Licitação ao compatibilizar a oferta de melhor técnica, entendeu por bem, com base na notória expertise da **RECORRIDA**, o que ficou evidenciado pelos documentos e pelas peças por si **apresentados**, promover a classificação da ora **RECORRIDA** em 1º (primeiro) lugar, lhe concedendo a referida Nota Técnica:

Classificação	Licitante	Pontuação
1ª	AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA	87,16
2ª	BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA	81,33
<b>Desclassificada</b>	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LABI LTDA	45,99

Ora Douta Comissão, como é de conhecimento público e notório, o objetivo principal de toda licitação é encontrar a Proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração Pública.

Nesta linha, importante esclarecer que, vantajosidade, de modo alguma, encontra-se vinculado somente ao preço, mas também, especialmente em certames como o presente, à comprovação da melhor técnica possível. Em suma, deve haver uma clara relação custo-benefício, através da contratação da empresa que apresente a melhor técnica, pelo melhor preço.

Quanto ao tema há de se frisar que não basta simplesmente efetuar a contratação da proposta menos onerosa. O que se pretende em certames licitatórios, em geral, e em disputa

dessa modalidade, em especial, é a contratação da empresa que apresente a melhor e mais completa solução para as necessidades públicas, com o melhor preço proporcional.

A Administração Pública, deve buscar desembolsar o mínimo e obter o máximo de resultado técnico para que haja, de fato, uma proposta mais vantajosa, conforme leciona o mestre Marçal Justem Filho, vejamos:

“(…) a maior vantagem apresenta-se quando a Administração assumir o dever de realizar a prestação menos onerosa e o particular se obrigar a realizar a melhor e mais completa prestação”. (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos: Lei 8.666/93 – 18. Ed. Ver., atual. E ampl. – São Paulo: Thompson Reuters Brasil, 2019, pág.94)

No caso em tela, não há dúvidas de que, a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, possui a proposta mais vantajosa à Administração Pública, visto que, além de estar ofertando um excelente preço, como restar-se-á comprovado na fase subsequente do certame, possui elevadíssimo padrão de capacidade técnica, como se extrai do simples exame da Nota de **87,16 (oitenta e sete virgula dezesseis), por si obtida na fase de qualificação técnica.**

Ao revés do que busca induzir descabidamente a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, não houve o cometimento de qualquer irregularidade por parte da ora **RECORRIDA** quanto ao cumprimento das exigências editalícias e nem por parte da equipe técnica desta Douta Comissão, que procedeu a uma rigorosa e minuciosa análise dos documentos apresentados.

Portanto, os frágeis e descabidos argumentos suscitados pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** em sua peça recursal, grife-se, não se mostram pertinentes e nem suficientes para afastar a brilhante e respeitável conclusão adotada pela Equipe Técnica desta Douta Comissão Permanente de Licitação, que entendeu pela regular classificação da ora **RECORRIDA** no certame.

Como já exposto anteriormente, a peça recursal apresentada pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, trata-se, em verdade, de apenas uma manobra para buscar tumultuar o presente Procedimento Licitatório, obstaculizando que o mesmo tenha a sua regular e correta finalização, com a escolha da licitante que apresente e detenha a melhor proposta (econômica + técnica), que no caso em questão, é a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**.

Assim, uma vez que o Recurso Administrativo interposto pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, encontra-se destituído de qualquer fundamento fático e/ou jurídico que possa ensejar na desclassificação da ora **RECORRIDA**, como restar-se-á evidenciado a seguir, não há outra solução, senão, negar integral provimento ao referido Recurso Administrativo, por se mostrar manifestamente descabido e infundado.

#### **Do Formalismo Exacerbado / Inexistência de Irregularidade Insanável**

Quanto ao tema posto a exame, alegou a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** em suas razões recursais que, supostamente, a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, teria cometido “irregularidades gravíssimas” que maculariam a sua classificação e continuidade no certame.

Buscando fundamentar as suas descabidas alegações, a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, apresenta no bojo da peça recursal, supostas irregularidades formais que teriam sido cometidas pela ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**.

Contudo, como se passa a demonstrar, inexistem as pretensas irregularidades apontadas pela **RECORRENTE** em desfavor da ora **RECORRIDA**, o que deverá ensejar na rejeição integral das razões recursais.

Visando demonstrar o quão se mostram absurdas e descabidas as alegações da **RECORRENTE**, a ora **RECORRIDA** apresenta abaixo, os devidos esclarecimentos quantos às pretensas

“irregularidades” apontadas pela **RECORRENTE**, demonstrando que, em verdade, a **RECORRENTE**, busca se utilizar do “Formalismo Exacerbado”, para buscar, de forma desesperada e juridicamente estéril, a desclassificação da ora **RECORRIDA**:

**a) Invólucro nº 01:**

Quanto ao item em referência, apontou a **RECORRENTE** em sua peça recursal, a existência de supostas 07 (sete) irregularidades que teriam sido pretensamente cometidas pela ora **RECORRIDA** as quais, no seu equivocado entender, deveriam ensejar na desclassificação da ora **RECORRIDA**.

Inicialmente, mister salientar que, como já exposto anteriormente, a ora **RECORRIDA** atendeu regularmente a todas as exigências editalícias, não tendo cometido nenhuma irregularidade que possa desqualificar os legítimos pontos por si obtidos na avaliação técnica das Propostas e, muito menos, implicar na sua desclassificação do certame.

Feito tal apontamento inicial, cumpre ressaltar que, em relação aos 07 (sete) itens elencados pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, em sua peça recursal, acerca do Invólucro nº 01, em verdade, tratam-se estes de uma tentativa clara de induzir esta Douta Comissão em erro, com a adoção de um “Formalismo Exacerbado” no exame da documentação, o que, como se sabe, sequer é admitido, em nosso ordenamento, exatamente, por se tratar de um expediente que visa frustrar a contratação da melhor proposta para a Administração Pública, como será abordado mais adiante nesta peça.

Do simples exame dos itens elencados pela **RECORRENTE**, pode-se facilmente esclarecer que:

- a) Os supostos erros suscitados pela **RECORRENTE**, se realmente ocorreram, no máximo, poderiam ser classificados como meros erros formais, que de modo algum maculam a proposta da ora **RECORRIDA**, bem como não ensejam em qualquer elemento de identificação de autoria, o que seria um legítimo item de desclassificação de propostas;



- b) Da mesma forma, muito ao contrário do que sustenta o Recorrente, não se mostrava necessária a relação das peças, na medida em que, frise-se, foi apresentado pela ora **RECORRIDA**, a totalidade da campanha técnica em tela, atendendo ao objetivo das exigências editalícias;
- c) O simples envio de peças em número maior ao que foi solicitado, de modo algum, frise-se, prejudicou a tramitação do procedimento em epígrafe. Muito ao contrário, a apresentação de peças em quantitativo inferior ao requerido é que poderia prejudicar o exame da campanha;
- d) Na mesma toada, improcedem os comentários da **RECORRENTE** acerca da explicitação da finalidade e das funções táticas das peças de “Ideia Criativa”, as quais foram regular e devidamente apresentadas no plano de mídia;
- e) A estratégia de mídia, ao revés do que busca induzir a **RECORRENTE**, encontra-se regularmente inserida no quadro demonstrativo;
- f) Em relação aos parâmetros de cobertura, cumpre informar que, não existe informação prévia de entidades de pesquisa sobre a cobertura de mídia do Município de Casimiro de Abreu. Por isso, não seria prudente apresentar números sem base sólida.

Portanto, como se observa, as irregularidades pretensamente apontadas pela **RECORRENTE**, em verdade, apresentam-se como uma manobra para induzir esta Douta Comissão em erro e, adotar na análise da proposta, um “Formalismo Exacerbado”, o que sequer é admitido pelo Tribunal de Contas da União - TCU, vejamos:

“No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do

conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados”. (Acórdão 357/2015 - Plenário)

Assim, mostram-se manifestamente descabidas, as pretensas irregularidades suscitadas pela **RECORRENTE**, em sua peça recursal, em relação aos regulares documentos apresentados pela ora **RECORRIDA**, em relação ao Invólucro nº 01.

**b) Invólucro nº 03:**

No que tange ao item em questão, a **RECORRENTE**, **mais uma vez de forma equivocada, com o claro anseio de tumultuar a boa e regular tramitação do certame**, apontou a existência de supostas 17 (dezessete) irregularidades que teriam sido cometidas pela ora **RECORRIDA** que, no seu equivocado entender, deveria ensejar na desclassificação da ora **RECORRIDA**.

Contudo, novamente, trata-se de uma verdadeira súplica da **RECORRENTE** para que seja adotado um “Formalismo Exacerbado” no exame da documentação, visando excluir da disputa, a todo custo, a melhor proposta (econômica + técnica) para a Administração Pública. Ora Exas, a ora **RECORRIDA**, demonstrou cabalmente, através dos documentos apresentados a sua capacidade técnica plena para executar com louvor, o escopo contratual, inexistindo, por conseguinte, qualquer irregularidade, falha ou vício que desabone a sua classificação técnica no certame.

**Tanto assim o é que, não por acaso, a RECORRIDA logrou obter a melhor e mais expressiva pontuação técnica dentre todas as licitantes, exatamente, por ser notória e destacada a sua expertise no tema em referência!!!!**

Assim, visando corroborar com o disposto acima, cumpre prestar os seguintes esclarecimentos, quanto aos infundados questionamentos efetuados pela **RECORRENTE**, em relação ao Invólucro nº 03, vejamos:

- a)** Os 03 (três) quesitos foram regularmente apresentados e acondicionados em um único volume, o que, definitivamente, não dificultou ou impediu a sua correta e plena análise por parte da Equipe Técnica;

- b)** A relação nominal dos clientes encontra-se devidamente inserida nos documentos apresentados pela ora **RECORRIDA**, inexistindo qualquer irregularidade em tal sentido;
- c)** Ao revés do apontado pela **RECORRENTE**, a ora **RECORRIDA** demonstrou e comprovou possuir uma equipe técnica em sua estrutura profissional, visto que, os Órgãos Reguladores do mercado de publicidade, para fins de emissão das Certificações Técnicas que foram apresentadas, exigem a comprovação da equipe técnica;
- d)** Todos os conteúdos questionados pela **RECORRENTE** foram apresentados na descrição geral;
- e)** A sede da ora **RECORRIDA** encontra-se em regular operação, podendo ser promovida diligências à mesma por esta Douta Comissão e pela **RECORRENTE**, visando-se aferir a qualidade e a adequação das instalações, equipamentos, infraestruturas e materiais;
- f)** O simples envio de peças em número maior ao que foi solicitado, de modo algum, frise-se, teria como prejudicar a tramitação do procedimento em epígrafe. Tal medida não desqualifica a ora **RECORRIDA** para execução do escopo contratual ( o que poderia ser cogitado caso o quantitativo de peças fosse inferior ao requerido), bem como não identifica a ora **RECORRIDA** ( o que poderia ser um item de desclassificação), sendo, assim, uma manifesta tentativa de se promover um “Formalismo Exacerbado”, o que teria o condão de macular a validade de todo o processo licitatório;
- g)** Por fim, cumpre asseverar que os trabalhos de autoria foram executados em parceria com outras empresas, bem como cumpre informar que o Portfólio apresentado, refere-se ao do Diretor de Planejamento e fundador da empresa **RECORRIDA**;

Como se constata, por todo o narrado acima, repita-se, em verdade, trata-se o recurso ora impugnado de uma clara tentativa da **RECORRENTE** de induzir esta Douta Comissão em erro, ao sugerir-lhe adotar na análise da proposta uma irregular e indevida aplicação do rejeitado conceito de “Formalismo Exacerbado”.

**Ao contrário da interpretação efetuada pela RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA, no procedimento licitatório, não se adota, no sistema jurídico brasileiro, o “Formalismo Exacerbado”, mas sim o Formalismo Moderado, o qual entende que, se a empresa consegue alcançar o objetivo perseguido pela Administração Pública, conseguindo demonstrar que é capaz de atender a demanda, não há motivos para ser excluída da licitação apenas em decorrência da forma como esta apresentou seus documentos, os quais, em sua essência, estão em linha ao exigido no edital.**

Neste sentido, cumpre trazer à baila o ensinamento do doutrinador Adilson Abreu Dallari, que assim diz:

Existem claras manifestações doutrinárias e já há jurisprudência no sentido de que na fase de habilitação não deve haver rigidez excessiva, deve-se procurar a finalidade da fase de habilitação, deve-se verificar se o proponente tem concretamente idoneidade. Se houver um defeito mínimo, irrelevante para essa comprovação, isso não pode ser colocado como excludente do licitante. Deve haver uma certa elasticidade em função do objetivo, da razão de ser da fase da habilitação; convém ao interesse público que haja o maior número possível de participantes. (Adilson Abreu Dallari, Aspectos Jurídicos da Licitação, 4ª Ed. São Paulo, Saraiva 1997. p.116 -117.)

Não se pode esquecer que, o excesso de formalismo pode, por vezes, ser encarado como dano ao Erário, o que pode vir a acarretar inclusive responsabilidade ao agente autor da decisão.

Em outros casos, como parece pretender a RECORRENTE, que não possui certidões públicas que a permitam vencer a licitação, provoca a nulidade dos atos fazendo retornar às fases anteriores, conforme se observa do Acórdão n. 1924/2011 (Plenário) do Tribunal de Contas da União:

“Enunciado: Constitui-se excesso de rigor a desclassificação de licitantes por conta de erro formal na apresentação da proposta e da documentação exigida. [...] 9.4.1 tornar nulos os atos administrativos que inabilitaram as empresas concorrentes no âmbito do Pregão Eletrônico nº 26/2010, bem como todos os atos deles decorrentes, os quais desclassificaram suas propostas, bem como os que homologaram o certame e adjudicaram o objeto, retornando a avença à fase de habilitação”.

Assim, de modo algum, deve ser adotado no caso em tela, o “Formalismo Exacerbado” na análise dos documentos, como busca induzir a parte **RECORRENTE**, sob pena da Administração Pública deixar de efetuar a contratação da empresa que tenha ofertado a Proposta mais vantajosa.

Deste modo, face a toda argumentação exposta acima, não há como se admitir outra solução para o caso posto a exame, senão, a manutenção da classificação da ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA** no certame em voga, por ter atendido a todas as exigências editalícias.

### III - DOS PEDIDOS

“*Ex positis*”, face os robustos e contundentes argumentos apresentados no bojo da presente peça de Contrarrazões, requer-se à esta Douta Comissão Permanente de Licitação que se digne negar provimento integral ao Recurso Administrativo ofertado pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, mantendo-se inalterada e irretocável, a brilhante decisão administrativa que classificou a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA** em 1º (primeiro) lugar no certame em tela.

Termos em que,  
Pede deferimento.

Rio de Janeiro, 29 de junho de 2023.

AZIMUTH SOLUCOES  
EMPRESARIAIS  
LTDA:07167748000122

Assinado digitalmente por AZIMUTH SOLUCOES EMPRESARIAIS  
LTDA:07167748000122  
ND: C=BR, O=CIP-Brazil, S=RJ, L=Petropolis, OU=AC CERTIFICA  
MINAS V5, OU=42932354000114, OU=Presencial, OU=Certificado  
PU A1, CN=AZIMUTH SOLUCOES EMPRESARIAIS  
LTDA:07167748000122  
Razão: Eu sou o autor deste documento  
Localização:  
Data: 2023.06.30 08:32:37-03007  
Foxit PDF Reader Versão: 12.0.1

---

**AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** SEMCS - Secretaria Municipal de Comunicação Social

**Data:** 04/07/2023 às 14:37:40

## **Processo Administrativo nº 3735/2022**

### **Concorrência Pública nº 03/2023**

**OBJETO:** Referente a contratação de 1 (uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do artigo 2º da Lei Federal no. 12.232 - de 29.04|2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias; devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e/ou no Termo de Referência, na forma da Lei - com o intuito de atender ao Princípio da Publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população.

**Recorrente:** AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA, estabelecida na Rua Aureliano Coutinho, nº 67, Sala 01 e 02, centro, Petrópolis/RJ, inscrita no CNPJ. nº 07.167.748/0001-22.

## **1 - DOS REQUISITOS DE ADMISSIBILIDADE**

### **1.1 Da Tempestividade:**

No dia 16 de junho de 2023, ocorreu a Segunda Sessão Pública para a abertura e identificação dos envelopes não-identificados das propostas técnicas, de acordo com o estabelecido no item 23.3 do Edital. Ao final da reunião, as empresas presentes manifestaram interesse em interpor recurso.

Decorrido o prazo para a apresentação de suas razões, foi dada a devida ciência aos participantes do certame e aberto o prazo para apresentação de contrarrazões.

Preconiza o Edital, no item 22:

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, protocolizada por Protocolo eletrônico no link: <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/b.php?pg=wp/wp&itd=5> ou protocolizado na Sede da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, de segunda a sexta-feira, das 09:00 às 17:00h, na Rua Padre Anchieta, 234, Centro – Casimiro de Abreu.

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis nos locais citados no item 22.1.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4 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.

22.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## 1.2. Da representação.

Preliminarmente, foi verificado que o recorrente, AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA juntou apenas a peça recursal, ficando ausentes os documentos pertinentes à identificação da empresa, através do Contrato Social e ausentes os documentos do representante neste ato.

## 2 . DOS ARGUMENTOS DE CONTRARRAZÕES DA RECORRENTE

A recorrente reforça o pedido de inabilitação da empresa BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA sob a alegação de que a concorrente não estaria apta de participar desta Concorrência Pública devido a ausência de documentação nas datas das primeiras sessões. A recorrente faz referência especificamente a CND de Tributos Federais.

- A recorrente afirma que a empresa BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA estaria buscando “tumultuar e procrastinar a finalização do procedimento licitatório”.
- A recorrente alega que atendeu a todas as exigências do Instrumento Convocatório, o que teria resultado em sua classificação em primeiro lugar após a verificação, pela Comissão Técnica, dos documentos relacionados a proposta técnica.
- Acrescenta que possíveis “erros formais” não maculariam sua proposta e que, caso tais erros fossem considerados para uma possível desclassificação, seria um caso de “Formalismo Exarcebado no exame da documentação”.

## 3. CONCLUSÃO:

Ante ao exposto, foi verificada na petição administrativa da recorrente, os requisitos mínimos exigíveis para análise da presente, quais sejam: a) Representatividade da Requerente; b) Exposição dos Motivos; c) Fundamentação

legal; e d) Formulação de pedidos.

Nestes termos conheço o pedido das contrarrazões, por tempestivos. Diante dos fatos e dos argumentos apresentados na peça de contrarrazões, faço remessa do presente a Secretaria Municipal de Comunicação, para que seja submetido a Comissão Técnica para fins de análises e emissão de parecer.

—

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

---

Assinado digitalmente (emissão) por:

Assinante	Data	Assinatura
Régis Silva Bento	04/07/2023 14:37:53	1Doc RÉGIS SILVA BENTO CPF 121.XXX.XXX-00

Para verificar as assinaturas, acesse <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/verificacao/> e informe o código: **769C-A7B8-2D93-AAE2**



**Proc. Administrativo 2- 3.079/2023**

**De:** AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA

**Para:** -

**Data:** 05/07/2023 às 08:57:58

Bom dia,

Segue documento assinado, para verificação.

Em 2023-07-04 14:35, Prefeitura de Casimiro de Abreu escreveu:

**Solicitação de assinatura em Proc. Administrativo 3.079/2023**

Régis solicitou sua assinatura em 04/07/2023 às 14:34

---

Para revisar e assinar este documento, acesse o link "Assinar online".

Caso tenha dúvidas sobre o processo de assinatura digital, acesse este [artigo de ajuda](#).

[Assinar online »](#)

*Enviado e rastreado com [1Doc](#).*

Para cancelar recebimento de comunicação de **Prefeitura de Casimiro de Abreu** neste e-mail, [clique aqui](#).

**Anexos:**

emissao\_2BB03A9313DED1A78BE15A68\_proc\_administrativo\_3\_079\_2023\_assinado\_0507.pdf

## Proc. Administrativo 3.079/2023

---

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** SEMGOV - CPL - Comissão Permanente de Licitação

**Data:** 04/07/2023 às 14:34:50

**Setores (CC):**

SEMCS, SEMGOV - CPL

**Setores envolvidos:**

SEMCS, SEMGOV - CPL

### Contrarrazões

Contrarrazões.

—

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

**Anexos:**

Contrarrazoes\_ao\_Recurso\_Administrativo\_AZIMUTH\_SOLUCOES\_1\_ASSINADO\_2\_.pdf

**EXMOS. SENHORES MEMBROS DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CASIMIRO DE ABREU.**

**Concorrência Pública nº 03/2023 PMCA**

**AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 07.167.748/0001-22, com sede na Rua Aureliano Coutinho, nº 67, Sala 01 e 02, Centro, Petrópolis/RJ, CEP.: 25.625-000, neste ato representada segundo seus atos constitutivos, vem, apresentar formalmente,

#### **CONTRARRAZÕES RECURSAIS**

à irresignação ofertada pela empresa **BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, contra a correta, técnica e adequada classificação da RECORRIDA à fase subsequente do certame, o que faz com arrimo nos elementos fáticos e jurídicos abaixo expendidos:

#### **I - BREVE SÍNTESE**

Trata-se o presente de procedimento licitatório, sob a modalidade de Concorrência Pública, do tipo melhor técnica, realizada pela **PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU**, o qual tem por objeto, *in verbis*:

“2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de 1(uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a

distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias; devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e/ou no Termo de Referência, na forma da Lei - com o intuito de atender ao Princípio da Publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população”.

Desta forma, com o desiderato de atender ao escopo contratual, o Edital pormenorizou as regras a serem atendidas pelas licitantes, visando evidenciar as suas mais diversas aptidões para atendimento ao escopo proposto, bem como visando evidenciar a legalidade estrita na confecção das propostas comerciais das concorrentes.

Nesta linha, em que pese a ora **RECORRIDA** ter cumprido regularmente com todas as exigências editalícias e ter sido devidamente classificada por esta Douta Comissão de Licitação Permanente à fase subsequente da disputa, a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** apresentou Recurso Administrativo, postulando, descabida e desesperadamente, a desclassificação da ora **RECORRIDA**.

Contudo, como restar-se-á comprovado ao final do presente, muito ao revés da equivocada interpretação adotada pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, a decisão classificatória da **RECORRIDA** pautou-se nas mais plenas regularidade e legalidade, não havendo qualquer fato que possa macular a sua validade conforme fatos e fundamentos que se passa a demonstrar:

## II – PRELIMINARMENTE

### **Irregularidade Jurídica da Recorrente / Tumultuo desnecessário do Procedimento / Rejeição do Recurso**

Antes de adentrarmos ao mérito recursal propriamente dito, cumpre reiterar que, como já exposto no bojo do Recurso Administrativo interposto pela ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, a ora **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO**

**LTDA**, não se encontra juridicamente apta a participar, de forma válida, do presente certame, visto que a sua situação jurídico-fiscal encontra-se manifestamente irregular perante a RFB - Receita Federal do Brasil, como pode ser devidamente observado, da imagem colacionada abaixo, a qual faz referência à impossibilidade de se acessar a competente certidão tributária federal da **RECORRENTE**:

## Certidão de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União

### Resultado da Consulta

As informações disponíveis na Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB e na Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional - PGFN sobre o contribuinte 03.844.452/0001-48 são insuficientes para a emissão de certidão por meio da Internet.

Para consultar sua situação fiscal, acesse Centro Virtual de Atendimento e-CAC (<https://cav.receita.fazenda.gov.br/>).

Ora Exas, se esta irregularidade é acessível a qualquer um que diligencie os dados cadastrais públicos da **RECORRENTE**, perante o sítio oficial da Receita Federal, quiçá, a **RECORRENTE** que, como óbvio, tem plena convicção de sua própria irregularidade tributária.

A despeito da **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** ter plena ciência da sua inaptidão jurídica, para participar validamente de licitações públicas, a mesma se aventurou no presente certame e, além de tudo, ainda promoveu a interposição do presente Recurso Administrativo, pautado em singelos e descabidos argumentos, com o fito único de tumultuar e procrastinar a finalização do procedimento licitatório em questão, o que demanda mais gastos financeiros e tempo da Administração Pública.

Ora Douta Comissão Permanente de Licitação, a conduta praticada pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, qual seja, tumultuar, procrastinar e frustrar o procedimento licitatório, pode ensejar na aplicação de penas administrativas e até penais, conforme se observa dos dispositivos legais colacionados abaixo, extraídos da Nova Lei de Licitações – Lei nº 14.133/2021, vejamos:

Art. 155. **O licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:**

(...)

XI - **praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;**

(...)

Art. 156. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas nesta Lei as seguintes sanções:

I - **advertência;**

II - **multa;**

III - **impedimento de licitar e contratar;**

IV - **declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.**

(...)

**Frustração do caráter competitivo de licitação**

**Art. 337-F. Frustrar** ou fraudar, com o intuito de obter para si ou para outrem vantagem decorrente da adjudicação do objeto da licitação, o caráter competitivo do processo licitatório:

Pena - reclusão, de 4 (quatro) anos a 8 (oito) anos, e multa”.

Portanto, a interposição do presente Recurso Administrativo por parte da **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, licitante que sequer possui os documentos fiscais mínimos e elementares para participação em certames, visa tão somente tumultuar, procrastinar e frustrar o procedimento licitatório, o que de modo algum deve ser admitido por esta Douta Comissão Permanente de Licitação.

Assim, “*data venia*”, visando evitar que medidas tais como a presente sejam praticadas por outros licitantes, impõe-se a adoção de uma medida exemplar e pedagógica em face da **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, com a rejeição do Recurso Administrativo e a aplicação de uma sanção administrativa e penal compatível com o padrão de deslealdade com que esta vem se portando, conforme dispositivos legais colacionados acima.

### **III - DO MÉRITO**

## Da Regularidade do Certame / Correta classificação da ora Recorrida

“*Ab initio*”, cumpre aduzir que, conforme restou-se exposto no introito da presente, as partes participam do certame em epígrafe, sob a modalidade de Concorrência Pública, do tipo melhor técnica, realizada pela **PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU**, o qual tem por objeto, *in verbis*:

“2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de 1(uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias; devidamente descritos, caracterizados e especificados neste Edital e/ou no Termo de Referência, na forma da Lei - com o intuito de atender ao Princípio da Publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população”.

Após uma robusta, minuciosa e contundente análise documental, a Equipe Técnica desta Douta Comissão Permanente de Licitação, entendeu, acertadamente, pela classificação da ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, no certame em tela, por ter esta apresentado, claramente, a proposta mais vantajosa à **Administração Pública**, alcançando a incrível Nota Técnica de **87,16 (oitenta e sete virgula dezesseis)**, conforme tabela abaixo:

PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU	
CAMPANHA - Casimiro é tudo de Bom - Empresa: <u>Azimuth Soluções Empresariais Ltda</u>	
DESCRIÇÃO DO ITEM	NOTA DADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
<b>1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos</b>	
I- Raciocínio Básico	8,5
II - Estratégia de Comunicação Publicitária	18,5
III - Ideia Criativa	18
IV - Estratégia Mídia e Não Mídia	10
<b>2 - Capacidade de Atendimento (3)</b>	<b>12,16</b>
<b>3 - Repertório (3)</b>	<b>10</b>
<b>4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (3)</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>87,16</b>

Portanto no caso posto a exame, a Equipe Técnica desta Douta Comissão Permanente de Licitação ao compatibilizar a oferta de melhor técnica, entendeu por bem, com base na notória expertise da **RECORRIDA**, o que ficou evidenciado pelos documentos e pelas peças por si **apresentados**, promover a classificação da ora **RECORRIDA** em 1º (primeiro) lugar, lhe concedendo a referida Nota Técnica:

Classificação	Licitante	Pontuação
<b>1ª</b>	<b>AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA</b>	<b>87,16</b>
<b>2ª</b>	<b>BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA</b>	<b>81,33</b>
<b>Desclassificada</b>	<b>AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LABI LTDA</b>	<b>45,99</b>

Ora Douta Comissão, como é de conhecimento público e notório, o objetivo principal de toda licitação é encontrar a Proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração Pública.

Nesta linha, importante esclarecer que, vantajosidade, de modo alguma, encontra-se vinculado somente ao preço, mas também, especialmente em certames como o presente, à comprovação da melhor técnica possível. Em suma, deve haver uma clara relação custo-benefício, através da contratação da empresa que apresente a melhor técnica, pelo melhor preço.

Quanto ao tema há de se frisar que não basta simplesmente efetuar a contratação da proposta menos onerosa. O que se pretende em certames licitatórios, em geral, e em disputa



dessa modalidade, em especial, é a contratação da empresa que apresente a melhor e mais completa solução para as necessidades públicas, com o melhor preço proporcional.

A Administração Pública, deve buscar desembolsar o mínimo e obter o máximo de resultado técnico para que haja, de fato, uma proposta mais vantajosa, conforme leciona o mestre Marçal Justem Filho, vejamos:

“(...) a maior vantagem apresenta-se quando a Administração assumir o dever de realizar a prestação menos onerosa e o particular se obrigar a realizar a melhor e mais completa prestação”. (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos: Lei 8.666/93 – 18. Ed. Ver., atual. E ampl. – São Paulo: Thompson Reuters Brasil, 2019, pág.94)

No caso em tela, não há dúvidas de que, a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, possui a proposta mais vantajosa à Administração Pública, visto que, além de estar ofertando um excelente preço, como restar-se-á comprovado na fase subsequente do certame, possui elevadíssimo padrão de capacidade técnica, como se extrai do simples exame da Nota de **87,16 (oitenta e sete virgula dezesseis), por si obtida na fase de qualificação técnica.**

Ao revés do que busca induzir descabidamente a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, não houve o cometimento de qualquer irregularidade por parte da ora **RECORRIDA** quanto ao cumprimento das exigências editalícias e nem por parte da equipe técnica desta Douta Comissão, que procedeu a uma rigorosa e minuciosa análise dos documentos apresentados.

Portanto, os frágeis e descabidos argumentos suscitados pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** em sua peça recursal, grife-se, não se mostram pertinentes e nem suficientes para afastar a brilhante e respeitável conclusão adotada pela Equipe Técnica desta Douta Comissão Permanente de Licitação, que entendeu pela regular classificação da ora **RECORRIDA** no certame.

Como já exposto anteriormente, a peça recursal apresentada pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, trata-se, em verdade, de apenas uma manobra para buscar tumultuar o presente Procedimento Licitatório, obstaculizando que o mesmo tenha a sua regular e correta finalização, com a escolha da licitante que apresente e detenha a melhor proposta (econômica + técnica), que no caso em questão, é a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**.

Assim, uma vez que o Recurso Administrativo interposto pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, encontra-se destituído de qualquer fundamento fático e/ou jurídico que possa ensejar na desclassificação da ora **RECORRIDA**, como restar-se-á evidenciado a seguir, não há outra solução, senão, negar integral provimento ao referido Recurso Administrativo, por se mostrar manifestamente descabido e infundado.

#### **Do Formalismo Exacerbado / Inexistência de Irregularidade Insanável**

Quanto ao tema posto a exame, alegou a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA** em suas razões recursais que, supostamente, a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**, teria cometido “irregularidades gravíssimas” que maculariam a sua classificação e continuidade no certame.

Buscando fundamentar as suas descabidas alegações, a **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, apresenta no bojo da peça recursal, supostas irregularidades formais que teriam sido cometidas pela ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**.

Contudo, como se passa a demonstrar, inexistem as pretensas irregularidades apontadas pela **RECORRENTE** em desfavor da ora **RECORRIDA**, o que deverá ensejar na rejeição integral das razões recursais.

Visando demonstrar o quão se mostram absurdas e descabidas as alegações da **RECORRENTE**, a ora **RECORRIDA** apresenta abaixo, os devidos esclarecimentos quantos às pretensas

“irregularidades” apontadas pela **RECORRENTE**, demonstrando que, em verdade, a **RECORRENTE**, busca se utilizar do “Formalismo Exacerbado”, para buscar, de forma desesperada e juridicamente estéril, a desclassificação da ora **RECORRIDA**:

**a) Invólucro nº 01:**

Quanto ao item em referência, apontou a **RECORRENTE** em sua peça recursal, a existência de supostas 07 (sete) irregularidades que teriam sido pretensamente cometidas pela ora **RECORRIDA** as quais, no seu equivocado entender, deveriam ensejar na desclassificação da ora **RECORRIDA**.

Inicialmente, mister salientar que, como já exposto anteriormente, a ora **RECORRIDA** atendeu regularmente a todas as exigências editalícias, não tendo cometido nenhuma irregularidade que possa desqualificar os legítimos pontos por si obtidos na avaliação técnica das Propostas e, muito menos, implicar na sua desclassificação do certame.

Feito tal apontamento inicial, cumpre ressaltar que, em relação aos 07 (sete) itens elencados pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, em sua peça recursal, acerca do Invólucro nº 01, em verdade, tratam-se estes de uma tentativa clara de induzir esta Douta Comissão em erro, com a adoção de um “Formalismo Exacerbado” no exame da documentação, o que, como se sabe, sequer é admitido, em nosso ordenamento, exatamente, por se tratar de um expediente que visa frustrar a contratação da melhor proposta para a Administração Pública, como será abordado mais adiante nesta peça.

Do simples exame dos itens elencados pela **RECORRENTE**, pode-se facilmente esclarecer que:

- a) Os supostos erros suscitados pela **RECORRENTE**, se realmente ocorreram, no máximo, poderiam ser classificados como meros erros formais, que de modo algum maculam a proposta da ora **RECORRIDA**, bem como não ensejam em qualquer elemento de identificação de autoria, o que seria um legítimo item de desclassificação de propostas;

- b) Da mesma forma, muito ao contrário do que sustenta o Recorrente, não se mostrava necessária a relação das peças, na medida em que, frise-se, foi apresentado pela ora **RECORRIDA**, a totalidade da campanha técnica em tela, atendendo ao objetivo das exigências editalícias;
- c) O simples envio de peças em número maior ao que foi solicitado, de modo algum, frise-se, prejudicou a tramitação do procedimento em epígrafe. Muito ao contrário, a apresentação de peças em quantitativo inferior ao requerido é que poderia prejudicar o exame da campanha;
- d) Na mesma toada, improcedem os comentários da **RECORRENTE** acerca da explicitação da finalidade e das funções táticas das peças de “Ideia Criativa”, as quais foram regular e devidamente apresentadas no plano de mídia;
- e) A estratégia de mídia, ao revés do que busca induzir a **RECORRENTE**, encontra-se regularmente inserida no quadro demonstrativo;
- f) Em relação aos parâmetros de cobertura, cumpre informar que, não existe informação prévia de entidades de pesquisa sobre a cobertura de mídia do Município de Casimiro de Abreu. Por isso, não seria prudente apresentar números sem base sólida.

Portanto, como se observa, as irregularidades pretensamente apontadas pela **RECORRENTE**, em verdade, apresentam-se como uma manobra para induzir esta Douta Comissão em erro e, adotar na análise da proposta, um “Formalismo Exacerbado”, o que sequer é admitido pelo Tribunal de Contas da União - TCU, vejamos:

“No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do

conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados”. (Acórdão 357/2015 - Plenário)

Assim, mostram-se manifestamente descabidas, as pretensas irregularidades suscitadas pela **RECORRENTE**, em sua peça recursal, em relação aos regulares documentos apresentados pela ora **RECORRIDA**, em relação ao Invólucro nº 01.

**b) Invólucro nº 03:**

No que tange ao item em questão, a **RECORRENTE**, **mais uma vez de forma equivocada, com o claro anseio de tumultuar a boa e regular tramitação do certame**, apontou a existência de supostas 17 (dezessete) irregularidades que teriam sido cometidas pela ora **RECORRIDA** que, no seu equivocado entender, deveria ensejar na desclassificação da ora **RECORRIDA**.

Contudo, novamente, trata-se de uma verdadeira súplica da **RECORRENTE** para que seja adotado um “Formalismo Exacerbado” no exame da documentação, visando excluir da disputa, a todo custo, a melhor proposta (econômica + técnica) para a Administração Pública. Ora Exas, a ora **RECORRIDA**, demonstrou cabalmente, através dos documentos apresentados a sua capacidade técnica plena para executar com louvor, o escopo contratual, inexistindo, por conseguinte, qualquer irregularidade, falha ou vício que desabone a sua classificação técnica no certame.

**Tanto assim o é que, não por acaso, a RECORRIDA logrou obter a melhor e mais expressiva pontuação técnica dentre todas as licitantes, exatamente, por ser notória e destacada a sua expertise no tema em referência!!!!**

Assim, visando corroborar com o disposto acima, cumpre prestar os seguintes esclarecimentos, quanto aos infundados questionamentos efetuados pela **RECORRENTE**, em relação ao Invólucro nº 03, vejamos:

- a)** Os 03 (três) quesitos foram regularmente apresentados e acondicionados em um único volume, o que, definitivamente, não dificultou ou impediu a sua correta e plena análise por parte da Equipe Técnica;

- b)** A relação nominal dos clientes encontra-se devidamente inserida nos documentos apresentados pela ora **RECORRIDA**, inexistindo qualquer irregularidade em tal sentido;
- c)** Ao revés do apontado pela **RECORRENTE**, a ora **RECORRIDA** demonstrou e comprovou possuir uma equipe técnica em sua estrutura profissional, visto que, os Órgãos Reguladores do mercado de publicidade, para fins de emissão das Certificações Técnicas que foram apresentadas, exigem a comprovação da equipe técnica;
- d)** Todos os conteúdos questionados pela **RECORRENTE** foram apresentados na descrição geral;
- e)** A sede da ora **RECORRIDA** encontra-se em regular operação, podendo ser promovida diligências à mesma por esta Douta Comissão e pela **RECORRENTE**, visando-se aferir a qualidade e a adequação das instalações, equipamentos, infraestruturas e materiais;
- f)** O simples envio de peças em número maior ao que foi solicitado, de modo algum, frise-se, teria como prejudicar a tramitação do procedimento em epígrafe. Tal medida não desqualifica a ora **RECORRIDA** para execução do escopo contratual ( o que poderia ser cogitado caso o quantitativo de peças fosse inferior ao requerido), bem como não identifica a ora **RECORRIDA** ( o que poderia ser um item de desclassificação), sendo, assim, uma manifesta tentativa de se promover um “Formalismo Exacerbado”, o que teria o condão de macular a validade de todo o processo licitatório;
- g)** Por fim, cumpre asseverar que os trabalhos de autoria foram executados em parceria com outras empresas, bem como cumpre informar que o Portfólio apresentado, refere-se ao do Diretor de Planejamento e fundador da empresa **RECORRIDA**;

Como se constata, por todo o narrado acima, repita-se, em verdade, trata-se o recurso ora impugnado de uma clara tentativa da **RECORRENTE** de induzir esta Douta Comissão em erro, ao sugerir-lhe adotar na análise da proposta uma irregular e indevida aplicação do rejeitado conceito de “Formalismo Exacerbado”.

**Ao contrário da interpretação efetuada pela RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA, no procedimento licitatório, não se adota, no sistema jurídico brasileiro, o “Formalismo Exacerbado”, mas sim o Formalismo Moderado, o qual entende que, se a empresa consegue alcançar o objetivo perseguido pela Administração Pública, conseguindo demonstrar que é capaz de atender a demanda, não há motivos para ser excluída da licitação apenas em decorrência da forma como esta apresentou seus documentos, os quais, em sua essência, estão em linha ao exigido no edital.**

Neste sentido, cumpre trazer à baila o ensinamento do doutrinador Adilson Abreu Dallari, que assim diz:

Existem claras manifestações doutrinárias e já há jurisprudência no sentido de que na fase de habilitação não deve haver rigidez excessiva, deve-se procurar a finalidade da fase de habilitação, deve-se verificar se o proponente tem concretamente idoneidade. Se houver um defeito mínimo, irrelevante para essa comprovação, isso não pode ser colocado como excludente do licitante. Deve haver uma certa elasticidade em função do objetivo, da razão de ser da fase da habilitação; convém ao interesse público que haja o maior número possível de participantes. (Adilson Abreu Dallari, Aspectos Jurídicos da Licitação, 4ª Ed. São Paulo, Saraiva 1997. p.116 -117.)

Não se pode esquecer que, o excesso de formalismo pode, por vezes, ser encarado como dano ao Erário, o que pode vir a acarretar inclusive responsabilidade ao agente autor da decisão.

Em outros casos, como parece pretender a RECORRENTE, que não possui certidões públicas que a permitam vencer a licitação, provoca a nulidade dos atos fazendo retornar às fases anteriores, conforme se observa do Acórdão n. 1924/2011 (Plenário) do Tribunal de Contas da União:

“Enunciado: Constitui-se excesso de rigor a desclassificação de licitantes por conta de erro formal na apresentação da proposta e da documentação exigida. [...] 9.4.1 tornar nulos os atos administrativos que inabilitaram as empresas concorrentes no âmbito do Pregão Eletrônico nº 26/2010, bem como todos os atos deles decorrentes, os quais desclassificaram suas propostas, bem como os que homologaram o certame e adjudicaram o objeto, retornando a avença à fase de habilitação”.

Assim, de modo algum, deve ser adotado no caso em tela, o “Formalismo Exacerbado” na análise dos documentos, como busca induzir a parte **RECORRENTE**, sob pena da Administração Pública deixar de efetuar a contratação da empresa que tenha ofertado a Proposta mais vantajosa.

Deste modo, face a toda argumentação exposta acima, não há como se admitir outra solução para o caso posto a exame, senão, a manutenção da classificação da ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA** no certame em voga, por ter atendido a todas as exigências editalícias.

### III - DOS PEDIDOS

“*Ex positis*”, face os robustos e contundentes argumentos apresentados no bojo da presente peça de Contrarrazões, requer-se à esta Douta Comissão Permanente de Licitação que se digne negar provimento integral ao Recurso Administrativo ofertado pela **RECORRENTE - BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA**, mantendo-se inalterada e irretocável, a brilhante decisão administrativa que classificou a ora **RECORRIDA - AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA** em 1º (primeiro) lugar no certame em tela.



Termos em que,  
Pede deferimento.

Rio de Janeiro, 29 de junho de 2023.

AZIMUTH SOLUCOES  
EMPRESARIAIS  
LTDA:07167748000122

Assinado digitalmente por AZIMUTH SOLUCOES EMPRESARIAIS  
LTDA:07167748000122  
ND: C=BR, O=ICP-Brasil, S=RJ, L=Petropolis, OU=AC CERTIFICA  
MINAS V5, OU=42932354000114, OU=Presencial, OU=Certificado  
PU A1, CN=AZIMUTH SOLUCOES EMPRESARIAIS  
LTDA:07167748000122  
Razão: Eu sou o autor deste documento  
Localização:  
Data: 2023.06.30 08:32:37-0300  
Foxit PDF Reader Versão: 12.0.1

---

**AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA**

**Protocolo 4- 5.117/2023**

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** Representante: KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO

**Data:** 31/07/2023 às 11:49:38

Seguem os relatórios da Subcomissão Técnica e o resultado do julgamento do recurso.

—

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

**Anexos:**

1\_Doc\_Comissao\_Tecnica.pdf

2\_Julgamento\_de\_recurso.pdf

3\_Ata\_reuniao.pdf

4\_Campanha\_Casimiro\_e\_tudo\_de\_bom\_Daniela.pdf

5\_Campanha\_Casimiro\_e\_tudo\_de\_bom\_Guilherme.pdf

6\_Campanha\_Casimiro\_e\_tudo\_de\_bom\_Nilo.pdf

Nota\_subcomissao.pdf

Nota\_subcomissao\_tecnica.pdf



**ATA DE COMPARECIMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA JULGAMENTO DE RECURSO**

Considerando o despacho nº 37 (Anexo) no Processo 3735/2022, referente a contratação de 1 (uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do MUNICÍPIO DE CASIMIRO DE ABREU aos veículos e demais meios de divulgação, a Subcomissão Técnica compareceu a Secretaria Municipal de Governo em 14/07/2023, para realização do julgamento do recurso impetrado pela empresa BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA contra a empresa AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA. Estiveram presentes, representando a Subcomissão Técnica, Guilherme Henrique da Silva Duarte, Nilo Muniz de Albuquerque Neto e Daniela Aparecida Bairros. Registra-se que foram disponibilizados à Subcomissão o local, os equipamentos e todos os documentos necessários ao julgamento.

Casimiro de Abreu/RJ, 14 de julho de 2023

Guilherme Henrique da Silva Duarte:

Guilherme Henrique da Silva Duarte

Nilo Muniz de Albuquerque Neto:

Nilo Muniz de Albuquerque Neto

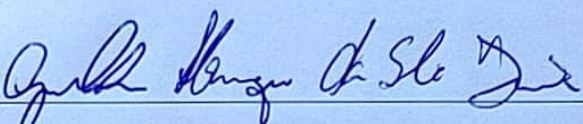
Daniela Aparecida Bairros:

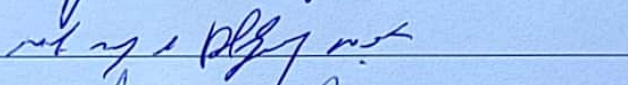
Daniela Aparecida Bairros

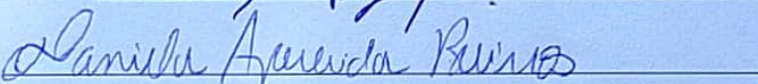
## Solicitação de prorrogação de prazo

Tendo em vista a complexidade de análise das razões recursais e as contrarrazões apresentadas pelas empresas BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA e AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAS LTDA, a subcomissão técnica solicita a prorrogação do prazo para a conclusão dos trabalhos.

Casimiro de Abreu, 14 de julho de 2023.

Guilherme Henrique da Silva Duarte 

Nilo Muniz de Albuquerque Neto 

Daniela Aparecida Bairros 

Processo 3735/2022

Concorrência nº 03/2023

Julgamento de recurso administrativo apresentado pela Breve Comunicação

Julgamento da subcomissão técnica

**1 – Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.2, “b” e “e” do edital, a agência AZIMUTH apresentou a via não identificada da proposta com capa plástica e recuos;**

R: Realmente o material apresentado pela AZIMUTH não atende ao item citado, porém não afetou no julgamento da subcomissão técnica em relação a pontuação da empresa.

**2 - Em descumprimento ao disposto no subitem 11.2.6 do edital, desrespeitou o limite máximo de páginas dos subquestos, extrapolando-se seu *quantum* em 40%;**

R: Realmente o material apresentado pela AZIMUTH não atende ao item citado, porém não afetou no julgamento da subcomissão técnica em relação a pontuação da empresa.

**3 - Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.3, “a”, 11.3.3.1 e 11.3.3.2 do edital, não foi apresentada a relação de peças da Ideia Criativa, com distinção entre as que seriam corporificadas ou não, e não houve explicitação da finalidade e funções táticas das peças propostas;**

R: A AZIMUTH apresentou apenas a relação e descrição das peças da Ideia Criativa, porém não houve a explicitação da finalidade das funções táticas (Notas revisadas)

**4 - Em descumprimento ao disposto no subitem 11.3.3.3.6 do edital, a forma como foram apresentadas as peças da Ideia Criativa impossibilitam o cotejo com o caderno, que sequer contém relação de peças;**

R: Realmente o material apresentado pela AZIMUTH não consta indicação clara do tipo de peça, porém na análise da subcomissão o material apresenta características de filme de TV, sendo julgada dessa forma.

**5 - Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.3.3 e 11.3.3.4 do edital, poderiam ser apresentadas, no máximo, 10 (dez) peças corporificadas, contudo, a agência AZIMUTH apresentou 13 (treze) exemplos de peças publicitárias corporificadas, extrapolando o *quantum* máximo em 30%;**

R: Realmente o material apresentado pela AZIMUTH não atende ao item citado, porém não afetou no julgamento da subcomissão técnica em relação a pontuação da empresa.

**6 - Em descumprimento ao disposto no subitem 11.3.4 do edital, a Estratégia de Mídia e Não Mídia está incompleto, pois não apresenta a defesa da estratégia de mídia, assim como não aborda a tática de mídia. Além disso, o subquesto também não informa o formato das peças, o período de veiculação, a quantidade de inserções e o nome dos programas, e não são apresentadas as simulações dos parâmetros de cobertura e frequência;**

R: Realmente o material apresentado pela AZIMUTH não atende em sua plenitude o item citado (Notas revisadas).

**7 - Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.3.2 e 12.1.2 do edital, o conteúdo evidentemente precário e incompleto do subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária foi incorretamente pontuado com nota máxima, não obstante não ter abordado os públicos, objetivos e verba, como determinou o edital.**

R: Notas revisadas



**1 - Em descumprimento ao disposto nos subitens 11.5, 11.7 e 11.9 do edital, apresentou-se todos os três quesitos em caderno único, com 251 páginas – sem numeração, e não em cadernos específicos como determina o instrumento convocatório;**

R: Realmente a AZIMUTH apresentou os três subitens no mesmo caderno, contrariando o edital (cadernos específicos).

**2 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “a” do edital, não foi apresentada a relação nominal dos principais clientes, com a especificação do início do atendimento de cada um (não menciona-se sequer um único nome de cliente);**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado,

**3 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “b” do edital, não foi apresentada a relação de profissionais que estaria à disposição da execução do contrato, não existindo um único currículo resumido no caderno;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado.

**4 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.6, “e” do edital, não foram apresentadas as instalações da agência ou seus recursos de infraestrutura e materiais;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado.

**5 - Em descumprimento ao disposto nos subitens 12.9.1, 12.9.2, 12.9.3 e 12.9.4 do edital, conferiu-se pontuação a subquestos que sequer constam do caderno;**

R: Apesar de não constar na descrição, o conteúdo das peças apresenta os clientes atendidos, demonstra experiência dos profissionais envolvidos e comprova capacidade de estrutura e recursos materiais.

**6 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.8.1 do edital, apresentaram-se 107 imagens que equivalem a praticamente “44 peças gráficas”, em afronta ao quantitativo máximo de 5 peças permitido pelo instrumento convocatório;**

R: Realmente o número de imagens extrapolou ao determinado pelo referido item, porém a subcomissão julgou que tal fato não atrapalhou no julgamento das notas.



**7 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.8.2 do edital, não foi apresentada nenhuma ficha técnica, de modo que é impossível avaliar as 107 imagens apresentadas (44 peças gráficas);**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado.

**8 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 4.2, "f" do edital, foram apresentados trabalhos de autoria de outras empresas (Z3 Web Agência Digital, Quest BP, e Capela.ST) tanto no Repertório quanto nos Relatos;**

R: De acordo com a própria AZIMUTH, os trabalhos apresentados foram realizados em parceria com outras empresas, porém "o portfólio apresentado refere-se ao do diretor de planejamento e fundador da empresa".

**9 - Em descumprimento ao disposto no subitem 12.10.1 a 12.10.3 do edital, avaliou-se com nota máxima caderno em absoluta incongruência com todos os requisitos do edital;**

R: Notas revisadas

**10 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10, 11.10.3 e 11.10.3.1 do edital, a licitante desrespeitou os quantitativos máximos de Relatos, páginas e peças que poderiam ser apresentados no caderno do Quesito nº 4;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado, porém não afetou no julgamento da subcomissão técnica em relação a pontuação da empresa.

**11 - Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10, I do edital, os relatos não estão apresentados em papel timbrado da licitante;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado, porém não afetou no julgamento da subcomissão técnica em relação a pontuação da empresa.

**12 - Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10, II do edital, não foi indicado qual funcionário responsável da licitante pelo Relato;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado.

**13 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10, IV e 11.10.1 do edital, nenhum dos Relatos conta com referendo do cliente ao qual o relato diz respeito, sendo absolutamente inválidos para os fins desta licitação;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado.





**14 - Em descumprimento ao disposto no subitem 11.10.3, II do edital, nenhuma das peças gráficas está acompanhada da indicação de sua dimensão original;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado, porém não afetou no julgamento da subcomissão técnica em relação a pontuação da empresa.

**15 - Em grave descumprimento ao disposto no subitem 11.10.3, III do edital, não está explicitado o problema que se propôs resolver com nenhuma das mais de 50 peças apresentadas para os Relatos;**

R: Realmente o material apresentando pela AZIMUTH não atende ao item citado.

**16 - Em grave descumprimento aos objetivos do caderno Relatos, apresentou-se roteiros de Spot, ao invés da peça em si;**

R: Realmente, a AZIMUTH apresentou apenas o roteiro de Spot. (Notas revisadas)

**17 - Em grave descumprimento aos objetivos do caderno Relatos, foram apresentadas peças que não foram realmente produzidas e veiculadas pela concorrente, as quais, inclusive, contam com marcas d'água de imagens de banco de imagem.**

R: De acordo com a própria AZIMUTH, "os trabalhos de autoria foram executados em parceria com outras empresas". É comum as agências de publicidade utilizarem bancos de imagem, pagos, para confecção das peças publicitárias.

### Conclusão

É importante ressaltar que a subcomissão julgou as propostas de maneira técnica, focando exclusivamente na qualidade e na capacidade publicitária do material apresentado. Deixando em segundo plano questões como recuo, gramatura, quantidade de peças, que fogem da avaliação técnica. As notas foram baseadas no formalismo moderado, já que a empresa vencedora demonstrou capacidade técnica para atender a demanda do município. Após análise criteriosa das razões recursais e as contrarrazões apresentadas, foram identificados erros em relação ao cumprimento do edital e algumas notas foram revisadas. As razões recursais foram acolhidas em parte, em especial os seguintes subquesitos: 12.6.1, 12.6.2, 12.7.2, 12.9.2, 12.9.3, 12.9.4, 12.10.3, 12.11.3, 12.11.4 (segue planilha em anexo).

Casimiro de Abreu, 28 de julho de 2023.

Membros: Samela Aparecida Baurino

[Assinatura]

[Assinatura]

[Assinatura]

[Assinatura]

[Assinatura]

## Ata da reunião da 2ª sessão para análise das razões recursais

No dia 28 de julho do corrente ano, a Subcomissão Técnica, composta por Guilherme Henrique da Silva Duarte, Daniela Barros e Nilo Muniz de Albuquerque Neto, se reuniu para dar prosseguimento a análise das razões recursais e as contrarrazões apresentadas pelas empresas BREVE CI KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO LTDA e AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAS LTDA.

Após análise criteriosa, foram identificados erros em relação ao cumprimento do edital e algumas notas foram revisadas, conforme documento em anexo. É importante ressaltar que a subcomissão julgou as propostas de maneira técnica, focando exclusivamente na qualidade e na capacidade publicitária do material apresentado.

As novas notas, com as devidas justificativas, foram entregues à Comissão de Licitação, às 16h, do dia 28 de julho de 2023.

Casimiro de Abreu, 28 de julho de 2023.

Membros: Daniela Azevedo Barros  
Nilo Muniz de Albuquerque Neto  
Guilherme Henrique da Silva Duarte

R

PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU	
CAMPANHA - CASIMIRO É TUDO DE BOM	
DESCRIÇÃO DO ITEM	DANIELA
<b>12.5. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos</b>	
<b>12.5.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos, assim ponderados:</b>	
12.5.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4
<i>4 pontos = atendeu</i>	
<i>2 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.5.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	3
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.5.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
<b>Total Raciocínio Básico</b>	<b>8,5</b>
<b>12.6 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos</b>	
12.6.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	2
<i>4 pontos = atendeu</i>	
<i>2 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.6.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	2
<i>4 pontos = atendeu</i>	
<i>2 pontos = atendeu parcialmente</i>	

*Daniela*

*my*

*stb*

0 ponto = não atendeu	
12.6.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu com seus públicos: 3 (três) pontos;	1,5
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	
	<b>14,5</b>
<b>12.7 - Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos:</b>	
12.7.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	1
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	1
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	

*Samela*

*only*

*off*

0 ponto = não atendeu	
12.7.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois)	1
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Ideia Criativa</b>	<b>17</b>
<b>12.8 – Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos:</b>	
12.8.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	
3 pontos = atendeu	3
1.5 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.8.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	
	2

*Janil*

*my* *off*

<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
<b>Total Estratégia Mídia e Não Mídia</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>50</b>

*Danilo*

*ay*

*AB*

R

**PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU**

**CAMPANHA - CASIMIRO É TUDO DE BOM**

DESCRIÇÃO DO ITEM

NOTA DADA  
GUILHERME

**12.5. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos**

**12.5.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos, assim ponderados:**

12.5.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4
4 pontos = atendeu	
2 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.5.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.5.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	1,5
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Raciocínio Básico</b>	<b>8,5</b>

**12.6 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos**

12.6.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	2
4 pontos = atendeu	
2 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	2
4 pontos = atendeu	
2 pontos = atendeu parcialmente	

*Sanit*      *uly*      *spb*

0 ponto = não atendeu	
12.6.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu com seus públicos: 3 (três) pontos;	1,5
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	<b>14,5</b>
<b>12.7 - Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos:</b>	
12.7.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	1
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	1
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	

*Daniella*

*mb*

*[Assinatura]*



0 ponto = não atendeu	
12.7.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	1
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	
2 pontos = atendeu	2
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Ideia Criativa</b>	<b>17</b>
<b>12.8 – Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos:</b>	
12.8.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	
3 pontos = atendeu	3
1.5 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	

*Henrique*

*my*

*[Assinatura]*

12.8.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três)	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
<b>Total Estratégia Mídia e Não Mídia</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>50</b>

*Sanjiv*

*mg*

*[Handwritten signature]*

R

**PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU**

**CAMPANHA - CASIMIRO É TUDO DE BOM**

DESCRIÇÃO DO ITEM	NILO
<b>12.5. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos</b>	
<b>12.5.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos, assim ponderados:</b>	
12.5.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4
4 pontos = atendeu	
2 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.5.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.5.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3
3 pontos = atendeu	
1.5 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Raciocínio Básico</b>	<b>10</b>
<b>12.6 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos</b>	
12.6.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4
4 pontos = atendeu	
2 pontos = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.6.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4
4 pontos = atendeu	
2 pontos = atendeu parcialmente	

*Santh*     *my*     *[Signature]*

<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.6.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu com seus públicos: 3 (três) pontos;	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.6.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.6.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.6.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
<b>Total Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	<b>18,5</b>
<b>12.7 - Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos:</b>	
12.7.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.7.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.7.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	

*Amilb*

*mg* *of*

0 ponto = não atendeu	
12.7.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois)	1
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.7.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2
2 pontos = atendeu	
1 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
<b>Total Ideia Criativa</b>	<b>17</b>
<b>12.8 – Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos:</b>	
12.8.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3
3 pontos = atendeu	
1.5 ponto = atendeu parcialmente	
0 ponto = não atendeu	
12.8.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2

*Janillo*

*my* 

<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três)	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>	
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
12.8.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	1
<i>2 pontos = atendeu</i>	
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>	
<i>0 ponto = não atendeu</i>	
<b>Total Estratégia Mídia e Não Mídia</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>55,5</b>

*Sanilo*

*rlg*

*[Assinatura]*

R

PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU

CAMPANHA - CASIMIRO É TUDO DE BOM

DESCRIÇÃO DO ITEM	NOTA DADA PELA SUBCOMISSÃO		
	GUILHERME	DANIELA	NILO
<b>12.5. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos</b>			
<b>12.5.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos, assim ponderados:</b>			
12.5.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4
4 pontos = atendeu			
2 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.5.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	3	3	3
3 pontos = atendeu			
1,5 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.5.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	1,5	1,5	1,5
3 pontos = atendeu			
1,5 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
<b>Total Raciocínio Básico</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>
<b>12.6 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos</b>			
12.6.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	2	2	4*
4 pontos = atendeu			
2 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.6.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	2	2	2
4 pontos = atendeu			
2 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			

Daniella AS JPB

\* Tecnicamente atende aos desafios pretendidos pela Prefeitura, nº 19/127

12.6.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu com seus públicos: 3 (três) pontos;	1,5	1,5	1,5
3 pontos = atendeu			
1.5 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.6.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3
3 pontos = atendeu			
1.5 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.6.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3
3 pontos = atendeu			
1.5 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.6.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	3
3 pontos = atendeu			
1.5 pontos = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
<b>Total Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	<b>14,5</b>	<b>14,5</b>	<b>16,5</b>
<b>12.7 - Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos:</b>			
12.7.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	1	1	1
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	1	1	1
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			

*Janilda*

*pub*

*[Assinatura]*



1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	1	1	1
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.7.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
<b>Total Ideia Criativa</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
<b>12.8 – Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos:</b>			
12.8.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3
3 pontos = atendeu			
1.5 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			
12.8.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	2
2 pontos = atendeu			
1 ponto = atendeu parcialmente			
0 ponto = não atendeu			

*Sanula*

*ny*

*[Assinatura]*

12.8.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	1	1	1
<i>2 pontos = atendeu</i>			
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>			
<i>0 ponto = não atendeu</i>			
12.8.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Prefeitura Municipal de Casimiro de Abreu: 3 (três) pontos;	1,5	1,5	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>			
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>			
<i>0 ponto = não atendeu</i>			
12.8.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	1,5	1,5	1,5
<i>3 pontos = atendeu</i>			
<i>1.5 pontos = atendeu parcialmente</i>			
<i>0 ponto = não atendeu</i>			
12.8.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	1	1	1
<i>2 pontos = atendeu</i>			
<i>1 ponto = atendeu parcialmente</i>			
<i>0 ponto = não atendeu</i>			
<b>Total Estratégia Mídia e Não Mídia</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>52</b>

*Carolina*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

R

PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU

EMPRESA : AZIMUTH SOLUÇÕES EMPRESARIAIS LTDA

DESCRIÇÃO DO ITEM	NOTA DADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA					
	GUILHERME	JUSTIFICATIVA	DANIELA	JUSTIFICATIVA	NILO	JUSTIFICATIVA
<b>12.9 - Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>						
12.9.1 - O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado ( 3 pontos)	3	atende com excelência	3	atendeu o briefing	3	clientes com tradição mercado
3 pontos = atendeu						
1,5 pontos = atendeu parcialmente						
0 = não atendeu						
12.9.2 - A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias ( 3 pontos)	1,5	informações incompletas	1,5	faltou clareza	1,5	não foram bem destacados
3 pontos = atendeu						
1,5 pontos = atendeu parcialmente						
0 = não atendeu						
12.9.3 - A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais, estratégia de comunicação publicitária da PMCA ( 3 pontos)	1,5	informações incompletas da qualificação profissionais	1,5	material incompleto	1,5	parcialmente
3 pontos = atendeu						
1,5 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.9.4 - A adequação das instalações da infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato ( 2 pontos)	1	não apresentou detalhes das	1	faltou clareza	1	apresentou parcialmente
2 pontos = atendeu						
1 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.9.5 - A operacionalidade do relacionamento entre a PMCA e a licitante esquematizado na proposta ( 2 pontos)	1	falta clareza na questão da relação com a prefeitura	1	faltou clareza	2	mostrou operacionalidade
2 pontos = atendeu						
1 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.9.6 - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PMCA sem ônus adicional durante a vigência do contrato (2 pontos)	1	falta aprofundar as questões propostas	2	material completo	2	todos foram relevantes
2 pontos = atendeu						

*Daniela*

*mtg*

*sgb*

1 ponto = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
TOTAL PONTOS CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		9	10	11		
<b>12.10 - Repertório ( 10 pontos)</b>						
12.10.1 - A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver ( 4 pontos)	4	atende com excelência	4	material completo segundo o briefing	4	brotou criatividade e soluções
4 pontos = atendeu						
2 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.10.2 - A qualidade da execução e do acabeito da peça e ou materiais (3 pontos)	3	atende com excelência	3	material completo	3	bem feitos e com acabamento
3 pontos = atendeu						
1.5 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.10.3 - A clareza da exposição das informações prestadas ( 3 pontos)	1,5	material incompleto	1,5	material incompleto	1,5	objetivo das informações não estavam claros
3 pontos = atendeu						
1.5 pontos = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
TOTAL PONTOS REPERTÓRIO		8,5	8,5	8,5		
<b>12;11 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação ( 10 pontos)</b>						
12.11.1 - A evidência de planejamento publicitário ( 3 pontos)	3	atende com excelência	3	possui clareza	3	mostra planejamento publicitário
3 pontos = atendeu						
1,5 ponto = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.11.2 - A consistência das relações de causa e efeito entre problemas e soluções ( 2 pontos)	2	atende com excelência	2	possui clareza	2	bem expicito
2 pontos = atendeu						
1 ponto = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
12.11.3 - A relevância dos resultados apresentados ( 3 pontos)	1,5	Apresentou superficialmente	1,5	Apresentou superficialmente	1,5	Apresentou superficialmente
3 pontos = atendeu						
1,5 ponto = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						

*Samuela*

*rb*

*AB*

12.11.4 - A concatenação lógica da exposição ( 2 pontos)	1	faltou clareza	1	conteúdo incompleto	1	faltou objetividade
2 pontos = atendeu						
1 ponto = atendeu parcialmente						
0 ponto = não atendeu						
TOTAL PONTOS RELATOS DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	7,5		7,5		7,5	
TOTAL GERAL	25		26		27	

*Daniela*

*p.k.g.*

*[Signature]*

**Protocolo 5- 5.117/2023**

**De:** Régis B. - SEMGOV - CPL

**Para:** Representante: KIARA PONTOCOM COMUNICAÇÃO

**Data:** 31/07/2023 às 11:50:21

Pontuação final.

—

**Régis Silva Bento**

*Presidente CPL/Pregoeiro*

**Anexos:**

Recurso\_Pontuacao\_total\_Azimuth\_Solucoes\_Empresariais\_Ltda\_2\_.pdf

---

Assinado digitalmente (emissão + anexos) por:

Assinante	Data	Assinatura
Régis Silva Bento	31/07/2023 11:50:51	1Doc RÉGIS SILVA BENTO CPF 121.XXX.XXX-00

Para verificar as assinaturas, acesse <https://casimirodeabreu.1doc.com.br/verificacao/> e informe o código: **1D3C-EF97-42D4-7169**

PREFEITURA DE CASIMIRO DE ABREU	
CAMPANHA - Casimiro é tudo de Bom - Empresa: Azimuth Soluções Empresariais Ltda	
DESCRIÇÃO DO ITEM	NOTA DADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
<b>1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos</b>	
I- Raciocínio Básico	8,5
II - Estratégia de Comunicação Publicitária	15,17
III - Ideia Criativa	17
IV - Estratégia Mídia e Não Mídia	10
<b>2 - Capacidade de Atendimento (3)</b>	<b>8,5</b>
<b>3 - Repertório (3)</b>	<b>8,5</b>
<b>4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (3)</b>	<b>8</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>75,17</b>