



Filtros aplicados ao relatório

Previsto para: 09/09/2013 15:02:26
Número do processo: 0000220/2013

Número do processo: 0000220/2013
Solicitação: 5 - Licitações (Documentos e Propostas)
Requerente: 13866 - AGENCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA CNPJ: 14.175.362/0001-28
Endereço: N° S/N, - CEP 89825-000
Complemento:
Loteamento: Condomínio: Bairro: CENTRO
Telefone: (49)8828-8938 Celular: Município: Chapecó - SC
E-mail: Fax:
Local da protocolização: 001.001.001 - Protocolo Geral - Centro Administrativo
Protocolado por: Simone Corradi
Situação: Não analisado
Protocolado em: 30/08/2013 15:02 Previsto para: 09/09/2013 15:02 Concluído em:
Súmula: Recurso licitação

Observação: Recurso licitação

Simone

Simone Corradi
(Protocolado por)

AGENCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA
(Requerente)

EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA
COMISSÃO DE LICITAÇÃO
MUNICÍPIO DE XAXIM, SC

Processo Licitatório n. 092/2013
Edital de Concorrência 002/2013
Objeto: contratação de empresa específica em prestação de
Serviços de publicidade e propaganda

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, qualificada no processo, representada por sua sócia-administradora Sra. Elizabeth Aparecida Schizzi Tiepo, vem mui respeitosamente, perante Vossa Excelência, nos termos do inc VIII do §4º do art. 11 da Lei 12.232/2010, c/c alínea “b” do inciso I do art. 109 da Lei n. 8.666/93, **interpor recurso**, em face do julgamento das propostas técnicas, com as razões de fato e de direito que passa a expor.

1. RESUMO DO OBJETO DA PRESENTE INSURGÊNCIA

Data vênia, o julgamento das propostas técnicas contém alguns equívocos, que prejudicaram unicamente a ora recorrente, de modo a alterar drasticamente o resultado parcial do certame. Com efeito, a recorrente, que com o julgamento encontra-se em segundo lugar na classificação, haveria de estar na primeira colocação. Senão, vejam-se os quesitos que haverão de ser reavaliados:

2. PONTOS EM QUE O JULGAMENTO MERECE REFORMA

2.1. Citação de nomes de clientes na sistemática de atendimento – vedação de identificação

Todas as licitantes, exceto a recorrente, citaram os seus clientes na sistemática de atendimento. Isso, além de ser vetado pelo Edital (nos itens, 7.2 e 8.2), viola os princípios que regem a concorrência pública, e em especial os ditames da Lei n. 12.232/2010, como por exemplo o inc. IV do art. 6º.

Desse modo, a identificação dos proponentes eventualmente pode induzir os julgadores em sua avaliação. Ora, nunca se saberá se de fato houve tal influência. Mas, de qualquer forma, isso pode prejudicar a lisura do procedimento.

1


A Lei n. 12.232/2010 surgiu justamente por causa das peculiaridades da contratação desta espécie de serviços, que exige a avaliação de propostas técnicas. Mas, ao mesmo tempo, referida Lei busca a proteção do anonimato das licitantes, para evitar eventuais benefícios a um licitante, em detrimento dos demais.

Com este norte, NUNCA se poderá PROVAR qualquer prejuízo EFETIVO a um licitante. É por esta e outras razões que o processo licitatório, mais que outras espécies de processos, ostenta formalismos mais rigorosos. Não se trata, pois, de formalismo exacerbado, quando se exige a não identificação dos licitantes.

Aliás, não teria razão de ser a Lei n. 12.232/2010, com todas as cutelas nela previstas, caso não fosse este o intuito do legislador.

Assim sendo, pugna-se para que as proponentes que identificaram seus clientes, na sistemática de atendimento, sejam desclassificadas do certame.

2.2. Citação do nome dos profissionais na sistemática de atendimento – vedação de identificação

Os mesmos fundamentos acima aplicam-se ao presente caso. Desse modo, os concorrentes IPSE (concorrente 1) e NANO (concorrente 3) devem ser desclassificados, já que citaram o nome dos profissionais na sistemática de atendimento, o que pode ter contribuído para a identificação das respectivas agências.

2.3. Número de profissionais vinculados à proponente

A Agência NANO (concorrente 3) possui apenas três profissionais em seus quadros. O edital, em seu item 8.2, prevê o mínimo de cinco. Assim sendo esta licitante haverá de ser desclassificada.

Não obstante, deve-se observar que a recorrente que possui mais profissionais vinculados (seis vinculados e cinco prestadores de serviços) recebeu notas inferiores à NANO (concorrente 3). Desse modo, além da desclassificação desta agência, haverá de ser majoradas as notas da recorrente.

2.4. Reavaliação da sistemática de atendimento da recorrente – alegação de descumprimento do requisito, por partes da recorrente

Foi mencionado pelos jurados que a recorrente não citou a sistemática de atendimento no plano não identificado. Apesar disso, a recorrente menciona, sim, a sistemática de atendimento, cumprindo com o requisito do edital. Desse modo, as notas da recorrente, neste quesito, haverá de ser revistas.

2.5. Reavaliação da sistemática de atendimento da recorrente – ausência de nomes de clientes da recorrente – exigência do edital

2
X
X

Fazendo-se remissão ao item 2.1 acima, destaca-se que os jurados consideraram CONTRA os interesses da recorrente a ausência de identificação dos clientes, na sistemática de atendimento.

Ora, se as regras são para evitar a identificação dos licitantes, deve-se considerar que a proposta correta, neste particular, é a da recorrente, que mencionou apenas o segmento de seus clientes.

Mais um motivo, pois, para a reavaliação das notas da recorrente.

2.6. Objeto do *briefing* - reavaliação

Na avaliação do *briefing*, os jurados mencionaram que a recorrente apresentou campanha complementar “contra a dengue”. Ocorre que não se trata de campanha complementar, já que segue uma linha contextual. Ademais, tanto está no contexto, que o assunto “dengue” é citado no *briefing*, e permitido pelas regras gerais do edital.

Assim, as notas da recorrente devem ser reavaliadas também neste particular.

2.7. Proposta técnica da WHB – ausência de simulação de planilha de mídia - reavaliação

A WHB (concorrente 5) apresentou apenas planilha de custos, não tendo em sua proposta a planilha de distribuição de mídia. A despeito desta falta, foi-lhe atribuída nota total 21 (7-7-7). Por outro lado, o edital (item 8.1.4 b) exige a simulação do plano de distribuição de todas as peças previstas na campanha.

Destarte, é solicitada a desclassificação ou a redução da respectiva nota da empresa WHB.

2.8. Apresentação de layout - DOSS

A agência DOSS (concorrente 6) apresentaram layout de peças na campanha simulada, a despeito da regra do item 8.1.3.1 do edital. Desse modo, aplicam-se ao caso as razões do item 2.1, e haverá de ser desclassificadas as referidas licitantes.

2.9. PROFISSIONAL VINCULADO À AGÊNCIA IPSE

Temos o conhecimento de que o profissional de nome Fabrício Parisoto, mencionado pela IPSE (concorrente 1), com sendo vinculado a seu quadro, trabalha atualmente na empresa Bugio Tratores.

Desse modo, haverá de serem pedidas explicações à licitante, e/ou haverá de ser deferida a produção de provas (especialmente diligências da própria comissão), para averiguar se tal profissional de fato trabalha com a licitante, ou se está vinculado apenas formalmente.

Ao final, haverá de ser reavaliada a nota de tal concorrente, se for o caso.

3. REQUERIMENTOS

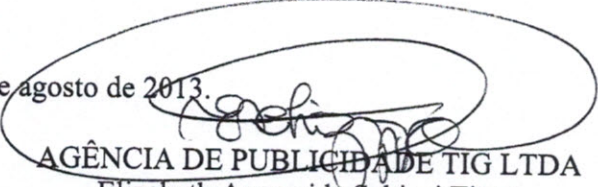
Ante o exposto, requer que Vossa Excelência digne-se receber e dar os devidos encaminhamentos ao presente recurso, para que, no seu mérito:

- a) Sejam reavaliadas as questões formais, de modo a desclassificar as licitantes que violaram as regras legais e editalícias, em especial na questão da vedação da identificação das propostas, nos envelopes não identificados;
- b) sejam reavaliados os quesitos acima mencionados, de modo a aumentar as notas da recorrente, e reduzir as das demais concorrentes citadas, e, por conseguinte, alterar o resultado do julgamento geral da proposta técnica.

Independentemente dos pleitos acima, requer sejam realizadas as diligências mencionadas no item 2.9.

Pede deferimento.

Chapecó, SC, 30 de agosto de 2013.


AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA
Elizabeth Aparecida Schizzi Tiepo
Sócia Administradora





Filtros aplicados ao relatório

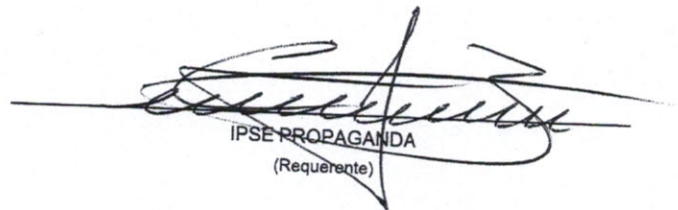
Previsto para: 09/09/2013 10:39:31
Número do processo: 0000218/2013

Número do processo: 0000218/2013
Solicitação: 5 - Licitações (Documentos e Propostas)
Requerente: 13863 - IPSE PROPAGANDA
Endereço: CNPJ: 10.896.758/0001-03
Complemento:
Loteamento: Condomínio: Bairro:
Telefone: (49)3433-2020 Celular: Município:
E-mail: Fax:
Local da protocolização: 001.001.001 - Protocolo Geral - Centro Administrativo
Protocolado por: Simone Corradi
Situação: Não analisado
Protocolado em: 30/08/2013 10:39 Previsto para: 09/09/2013 10:39 Concluído em:
Súmula: RECURSO DE LICITAÇÃO

Observação: RECURSO DE LICITAÇÃO

Simone

Simone Corradi
(Protocolado por)


IPSE PROPAGANDA
(Requerente)

AO SR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE XAXIM

A empresa **IPSE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob n. 10.896.758/0001-03, estabelecida na Cidade de Xanxerê, Estado de Santa Catarina, neste ato por sua representação legal, abaixo assinado, vem, respeitosamente para apresentar sua impugnação à avaliação das Propostas Técnicas de quatro agências publicitárias concorrentes, o que faz na forma seguinte:

Agência de Publicidade TIG:

O Envelope nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E NÍVEL DOS TRABALHOS, item 7.3.1 apresenta que: "A proposta técnica contendo a capacidade de atendimento e o nível de trabalhos que representam o conjunto de informações da licitante, conforme inciso III, art. 6º e art. 8º, da Lei 12.232/2010, será composta pelas informações citadas nos itens 8.2, 8.3 e 8.4 do presente Edital." Assim sendo, a agência Tig **deveria apresentar a tabela de Simulação de Campanha Publicitária no Envelope nº2**, observando todas suas linhas (a, b, c, d, e), estando assim, desclassificada do processo licitatório por não cumprir a ordem expressa no Edital.

Além deste descumprimento de normas previstas no Edital, como exposto na Ata de Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope nº I), a Agência de Publicidade TIG, em sua Estratégia de Comunicação Publicitária, dividiu a campanha em três fases, o que **"parece pulverizar a campanha em três objetivos distintos que fogem do briefing e do problema de comunicação"**, dificultando a aplicação real da campanha, podendo trazer resultados negativos à Licitante.

Outro ponto, presente na Ata de Julgamento da Capacidade de Atendimento e Nível dos Trabalhos (envelope nº2), é o

fato de que a Agência de Publicidade TIG "não expôs a sistemática de atendimento e informou prazos para as campanhas (...) não descreveu a estrutura física" da agência e não colocou os nomes dos principais clientes, desrespeitando as imposições impostas pelo Edital, itens 8.2/b e 8.2/d.

Portanto, a Agência de Publicidade TIG estaria desclassificada do processo licitatório, não podendo prosseguir como concorrente e recorrente.

Agência WHB Publicidade e Propaganda:

O item 8.4 do Edital define uma tabela de Simulação de Campanha Publicitária que apresenta os valores de produção, veiculação e valor geral da campanha.

A Agência WHB Publicidade e Propaganda apresentou a tabela de Simulação de Campanha Publicitária no Envelope nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E NÍVEL DOS TRABALHOS como solicita o item 8.4, porém o item 8.4/b é claro ao informar que "Na formulação deste quesito (campanha simulada) as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC." A Agência WHB Publicidade e Propaganda apresentou os valores da tabela SINAPRO/SC com os **descontos de produção da agência incluídos**, descumprindo as exigências editalícias, estando assim, desclassificada/desabilitada ao processo licitatório.

Outro ponto, presente na Ata de Julgamento da Capacidade de Atendimento e Nível dos Trabalhos (envelope nº2) é o fato de que a WHB Publicidade e Propaganda "não indicou o profissional responsável pela área de produção", o que é solicitado pelo Edital no item 8.2/a.

Agência Nano Publicidade e Propaganda:

O item 8. PROPOSTA TÉCNICA, subitem 8.1.3.1, é claro ao dizer que "Não será admitida, para este quesito, a apresentação layout." Norma que foi descumprida pela Agência Nano Publicidade e Propaganda, que apresentou o layout de peças propostas para a campanha, o que a desclassifica/desabilita da participação da Licitação.

Agência Aimirim Propaganda:

Um ponto levantado pela Ata de Julgamento da Capacidade de Atendimento e Nível dos Trabalhos (envelope nº2) é o fato de que a Agência Aimirim Propaganda "**não informou o tempo de experiência do profissional responsável pelo setor de atendimento**", entrando em desacordo com as normas previstas no Edital, no item 8.2/a.

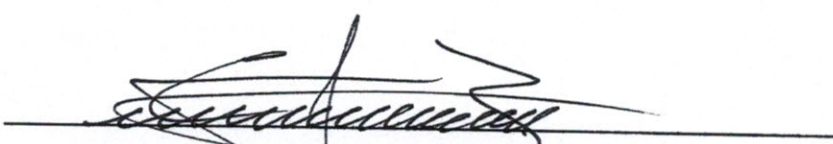
CONCLUSÃO

De todo o exposto, pelas razões acima expostas, a empresa Ipse Publicidade e Propaganda Ltda., solicita a desclassificação/desabilitação das quatro agências de publicidades citadas acima por não cumprirem normas previstas no Edital, caso a Comissão Técnica aceite a proposta acima explicitada.

Nestes Termos

De Xanxerê-SC, para

Xaxim/SC, em 29 agosto de 2013


IPSE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA



Filtros aplicados ao relatório

Previsto para: 09/09/2013 15:04:16
Número do processo: 0000221/2013

Número do processo: 0000221/2013
Solicitação: 5 - Licitações (Documentos e Propostas)
Requerente: 13864 - WHB PUBLICIDADE PROPAGANDA LTDA CNPJ: 07.336.844/0001-57
Endereço: Nº S/N, - CEP 89825-000
Complemento: Bairro: CENTRO
Loteamento: Condomínio: Município: Xanxerê - SC
Telefone: (49)3433-4977 Celular: Fax:
E-mail:
Local da protocolização: 001.001.001 - Protocolo Geral - Centro Administrativo
Protocolado por: Simone Corradi
Situação: Não analisado
Protocolado em: 30/08/2013 15:04 Previsto para: 09/09/2013 15:04 Concluído em:
Súmula: Recurso licitação

Observação: Recurso licitação

Simone

Simone Corradi
(Protocolado por)

Roberto L. Baranoff

WHB PUBLICIDADE PROPAGANDA LTDA
(Requerente)

AO,
MUNICÍPIO DE XAXIM/SC
SETOR DE LICITAÇÕES
CNPJ: 82.854.670/0001-30
Rua Rui Barbosa, n.º 347
Xaxim/SC – CEP: 89825-000
Telefone/Fax (049) 3353.8200

A/C Sr. Presidente da Comissão Permanente/Especial de Licitações

Referente:
Processo Administrativo Licitatório n.º 092/2013
Edital de Concorrência Pública n.º 002/2013

Prezados Senhores,

WHB PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob n. 07.336.844/0001-57, com sede na Rua Independência, n.º 40, sala 08, Ed. Arcari, Centro, nesta cidade de Xanxerê/SC, representada por seu sócio-administrador, Sr. Walter Hugo Bracht, inscrito no CPF sob o n. 005.353.749-17 e portador da cédula de identidade sob o n.º 16/R-3.288.039, por seu procurador que esta subscreve (instrumento de mandato anexo), com endereço profissional que consta no rodapé da presente, onde recebe intimações e notificações, vem perante Vossas Senhorias, com fundamento nas Leis Federais 12.232/2010, 8.666/1993 e na própria norma Editalícia de Concorrência Pública em epígrafe interpor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

contra a decisão de fls., que foi falha e não desclassificou empresas licitantes na última sessão pública, ocorrida em 23/08/2013, pelos seguintes fatos e fundamentos que passa a expor.

Da tempestividade da medida e forma de protocolo da interposição

Inicialmente, cumpre salientar que o presente recurso é tempestivo, eis que a Ata atacada deu-se no dia 23/08/2013, e, tendo o Recorrente acesso a fotocópias e vista franqueada apenas no dia 26/08/2013, consoante previsões explícitas no Edital de Concorrência Pública e, muito especialmente, conforme o disposto no Art. 109, inciso I, alínea b e §5º, e, Art. 110 parágrafo único, ambos da Lei 8.666/93.

DOS FATOS E FUNDAMENTOS

Na sessão do dia 23/08/2013, foi divulgado o resultado da avaliação das propostas constantes dos envelopes de número 1 e 2 apresentados pelos licitantes, bem como, foi aberto o envelope número 3 dos licitantes, este que contém a via identificada. Ato contínuo foi efetuado a confrontação entre vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, apta a identificar sua autoria. Após, o registro em ata da ordem de classificação dos licitantes, bem como das propostas desclassificadas.

Verifica-se que os procedimentos utilizados pela subcomissão técnica, bem como pela comissão permanente de licitações, *data vênia*, tem sido falhos, uma vez que deixaram de observar normas legais e editalícias, eis que, em bem analisadas levariam a desclassificação de várias licitantes.

Primeiramente e de fácil percepção, propostas contidas nos envelopes 1 e 2 de vários proponentes além de ignorarem explicitamente as regras do certame, ao deixar de colocar documentos quando solicitados, bem como, de colocar documentos nos envelopes quando expressamente proibidos, contém ainda meios visíveis de identificação dos proponentes.

Para melhor visualização, antes mesmo se faz necessário relatar a identificação de cada licitante, conforme ata e planilha de fls., ou seja:

Participante n.º 01: IPSE Publ. Prop. Ltda.

Participante n.º 02: Agência de Publ. TIG.

Participante n.º 03: NANO Publ. e Prop.



Participante n.º 04: AIMIRIM Propaganda

Participante n.º 05: WHB Publ. e Prop. Ltda.

Participante n.º 06: DOSS Propaganda.

Identificados os participantes, demonstrar-se-á os motivos pelos quais diversos licitantes deveriam ter sido desclassificados nesta fase do certame, impedindo-os de prosseguirem em suas ulteriores etapas. Vejamos.

I) PARTICIPANTE N.º 01: IPSE PUBL. PROP. LTDA.

No envelope n.º 01 – Proposta técnica – Via não identificada do plano de comunicação publicitária, fls. 125/148, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

- a) utilizou-se de espaços entre linhas (fls. 125/148);
- b) utilizou-se de recuos em parágrafos (fls. 126, 127, 129/131);
- c) utilizou-se de barras contínuas como separador de textos e com espaços entre linhas (fls. 129/131), textos grifados em negrito;
- d) ultrapassou o número de páginas estabelecidos no edital (12 páginas, sendo que deste total: 3 páginas se destinam ao Raciocínio básico (item 8.1.1 edital); 3 páginas se destinam à Estratégia de comunicação publicitária (item 8.1.2 do edital); 3 páginas se destinam à idéia criativa (item 8.1.3 do edital); e, 3 páginas se destinam à estratégia de mídia e não mídia (8.1.4 do edital). Tais itens estão reportados em 13 páginas (fls. 125/137), eis que não se computam os anexos contidos às fls. 138/148);
- e) numerou as páginas com numeração dupla (ex.: 01 de 24, 02 de 24 ...), ao invés de somente ter a indicação simples de algarismos arábicos, conforme preceitua o edital (fls. 125/146);

Ao assim agir, a licitante Ipse, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpre com os seguintes requisitos do edital:

7.2.1. A proposta técnica constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de **Comunicação Publicitária** pertinente às informações expressas no “BRIEFING” (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010).

7.2.2. A referida proposta deverá ser tecnicamente elaborada nos termos citados no item 8 e seus subitens do presente Edital, **de forma tal que não apareça qualquer tipo de identificação da licitante** (marcas, etiquetas, sinais ou palavras que identifiquem a licitante).

(...)

8. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

8.1. A PROPOSTA TÉCNICA constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com as informações expressas no “BRIEFING” (**composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010**), **deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:**

8.1.1. Raciocínio básico: texto de no máximo 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, onde a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Xaxim, demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no BRIEFING, bem como os desafios de comunicação a serem enfrentados;

8.1.2. Estratégia de comunicação publicitária: texto de no máximo por 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, no qual a licitante deverá propor o conceito de comunicação e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no BRIEFING com o tema “Campanha de conscientização sobre a separação e depósito do lixo”.

8.1.3. Ideia criativa: apresentação de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, composta no máximo por 03 (três) páginas, tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descrita sob a forma de roteiros e textos, incluindo rádio, **limitados a uma peça por mídia.**

8.1.3.1. Não será admitida, para este quesito, a apresentação de layout.

(...)

13.4.1. A via **não Identificada** do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter nenhuma identificação na parte externa a fim de preservar – até a abertura do Envelope n.º 3 – o sigilo quanto à autoria do Plano e da proposta.

13.4.2. O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, **SEM PREJUÍZO DAS EXIGÊNCIAS CONTIDAS NOS SUBITENS 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 E 8.1.4 DESTE EDITAL**, deverá ser redigido em língua

portuguesa – salvo quando houver expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, **SEM EMENDAS OU RASURAS E DEVE SER ELABORADO DA SEGUINTE FORMA:** (art. 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010).

a) em papel A4, cor branca;

b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) com textos justificados;

e) com espaçamento “simples” entre as linhas;

f) com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

g) com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;

h) em caderno único;

i) sem identificação da licitante;

(...)

13.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária - **VIA NÃO IDENTIFICADA** - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria (art. 6º, XII, da Lei 12.232/2010).

(grifei)

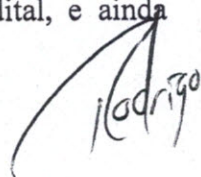
No envelope n.º 02 – Proposta técnica – Demais informações integrantes da proposta técnica (capacidade de atendimento e nível dos trabalhos, fls. 217/235, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) numerou as páginas com numeração dupla (ex.: I de XIII, II de XIII ...), ao invés de somente ter a indicação simples de algarismos arábicos, conforme preceitua o edital (fls. 217/235); ainda, ao invés de colocar numeração em algarismo arábico (item 13.4.2) utilizou-se de algarismos romanos;

b) na qualificação dos profissionais (item 8.2, a, do edital), fls. 217/218, há além da “qualificação dos profissionais”, fora colocado também a “IDENTIFICAÇÃO dos profissionais”, descrevendo seus nomes, o que permite a identificação da proponente, logo pela subcomissão técnica;

c) na apresentação do nível dos trabalhos, o licitante:

c.1) extrapola o número de peças exigidos no item 8.3 do edital, e ainda permite identificação do proponente (fls. 224/228 e 230/235);



c.2) o licitante apresentou um *CASE* (relato da peça), não seguindo os itens a/b do item 8.3 do edital. Ao assim proceder, em desconformidade com o edital, resulta em prejuízo aos demais licitantes, uma vez que o trabalho fica mais compreensível para valoração de notas, muito embora não pudesse conter neste quesito, um *case*;

c.3) A agência não apresenta, em três de seus trabalhos, a indicação de um veículo que o exibiu, substituindo pela explicação: “foi realizado uma tiragem de 1.000 (um mil) unidades impressas”, “foi realizado uma tiragem de 2.000 (duas mil) unidades impressas” e “distribuição em toda a cidade, em lugares estratégicos (...)”, contrariando o Item 8.3, letra a: “o trabalho apresentado deve ser acompanhado, obrigatoriamente de ficha técnica, informando título, data ou período de veiculação e a indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu”.

d) o licitante continua em desconformidade, quanto à *simulação de campanha publicitária* (item 8.4) do edital, uma vez que seu valor apresentado (fl. 229) extrapola o limite estabelecido no *Briefing* (Anexo I do edital), eis que a verba referencial desta campanha teria que ser na importância limite de R\$ 90.000,00 (Noventa mil reais).

Ao assim agir, a licitante Ipse, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

8.2. A comprovação da **capacidade de atendimento** deverá ser através de:

a) **QUALIFICAÇÃO dos profissionais da licitante**, demonstrado através de currículo sintético, que informe a formação, tempo de função, experiência, bem como a área de atuação dos funcionários que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: planejamento, criação, produção, mídia e atendimento, sendo, no mínimo, um profissional por área;

(...)

8.3. A apresentação do **nível dos trabalhos** dar-se-á através da apresentação do conjunto de trabalhos efetivamente produzidos e veiculados pela licitante, sendo **NO MÁXIMO 5 PECAS**, atendido o que abaixo segue:

a) o trabalho apresentado deve ser acompanhado obrigatoriamente de ficha técnica, informando título, data ou período de veiculação e a indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu;

b) material gráfico deverá ser apresentado na forma original ou através de redução, desde que possibilite a leitura.

(...)

13.5.2. O Envelope n. 2 e os documentos nele acondicionados não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se relacione com os documentos do envelope n. 1 e eventualmente identifique a licitante antes da abertura do Envelope n.º 3 (art. 6º, XIII, da Lei 12.232/2010).

(...)

**ANEXO I
CONCORRÊNCIA TIPO TÉCNICA E PREÇO N.002/2013
BRIEFING**

Campanha Simulada

Tema: Campanha de conscientização sobre a separação e depósito do lixo.

(...)

Verba referencial: Para esta campanha a verba referencial é de R\$ 90.000,00 (Noventa mil reais)

(grifei)

Por tais motivos, é que deve a Participante n.º 01, IPSE, ser desclassificada do certame.

II) PARTICIPANTE N.º 02: AG. DE PUBL. TIG

No envelope n.º 01 – Proposta técnica – Via não identificada do plano de comunicação publicitária, fls. 150/166, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) utilizou-se de espaços entre linhas e textos em itálico e grifados em negrito (fls. 150/158);

b) A proponente apresenta em sua idéia criativa e, subsequente, tabela de custos, a inclusão de **quatro peças** cabíveis ao item mídia alternativa, infringindo claramente ao referido edital, e repetindo-se na criação de diferentes peças dentro de uma mídia (três outdoors, três spots, dois flyers, etc.), quando o Item 8.1.3 do edital – Idéia Criativa, dispõe: “(...) acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descrita sob a forma de roteiro e textos, incluindo rádio, **limitados a uma peça por mídia**” (peças de mídia alternativa);

c) Na tabela de custos da campanha simulada, é abstraída a devida cobrança de alguns materiais apontados em estratégia de comunicação publicitária e idéia criativa, dentre eles o mascote de campanha (gimmick) e troféu para gincana, não esclarecendo, assim, sobre os custos de produção destes;

c.1) Cobrança da criação de, apenas, **um layout de anúncio**, sendo que em sua estratégia de comunicação e idéia criativa apresentam-se a existência de **três layouts** diferentes para anúncio;

c.2) Cobrança inadequada de cartilha, pois apresenta em sua idéia criativa uma **cartilha de quatro páginas** e, em momento de totalização e organização de custos, **cobra o valor referente a uma cartilha de duas páginas**;

c.3) Apresenta em sua idéia criativa o desenvolvimento de **um anúncio para revista** e contratação de mídia, porém não há menção aos valores em sua tabela de custos.

Ao assim agir, a licitante TIG, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

7.2.1. A proposta técnica constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de **Comunicação Publicitária** pertinente às informações expressas no "BRIEFING" (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010).

7.2.2. A referida proposta deverá ser tecnicamente elaborada nos termos citados no item 8 e seus subitens do presente Edital, **de forma tal que não apareça qualquer tipo de identificação da licitante** (marcas, etiquetas, sinais ou palavras que identifiquem a licitante).

(...)

8. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

8.1. A PROPOSTA TÉCNICA constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com as informações expressas no "BRIEFING" **(composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia,**

conforme art. 7º da Lei 12.232/2010), deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

8.1.1. Raciocínio básico: texto de no máximo 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, onde a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Xaxim, demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no BRIEFING, bem como os desafios de comunicação a serem enfrentados;

8.1.2. Estratégia de comunicação publicitária: texto de no máximo por 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, no qual a licitante deverá propor o conceito de comunicação e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no BRIEFING com o tema “Campanha de conscientização sobre a separação e depósito do lixo”.

8.1.3. Ideia criativa: apresentação de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, composta no máximo por 03 (três) páginas, tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descrita sob a forma de roteiros e textos, incluindo rádio, limitados a uma peça por mídia.

8.1.3.1. Não será admitida, para este quesito, a apresentação de layout.

(...)

13.4.1. A via **não Identificada** do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter nenhuma identificação na parte externa a fim de preservar – até a abertura do Envelope n.º 3 – o sigilo quanto à autoria do Plano e da proposta.

13.4.2. O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, **SEM PREJUÍZO DAS EXIGÊNCIAS CONTIDAS NOS SUBITENS 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 E 8.1.4 DESTE EDITAL**, deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quando houver expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, **SEM EMENDAS OU RASURAS E DEVE SER ELABORADO DA SEGUINTE FORMA:** (art. 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010).

a) em papel A4, cor branca;

b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) com textos justificados;

e) com espaçamento “simples” entre as linhas;

f) com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

g) com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;

h) em caderno único;

i) sem identificação da licitante;

(...)

13.4.5: O Plano de Comunicação Publicitária - **VIA NÃO IDENTIFICADA** - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria (art. 6º, XII, da Lei 12.232/2010).

(grifei)

No envelope n.º 02 – Proposta técnica – Demais informações integrantes da proposta técnica (capacidade de atendimento e nível dos trabalhos, fls. 246/266, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) não nominou a relação dos principais clientes atuais da agencia (fl. 248), em desconformidade com o item 8.2, c, do edital;

b) não apresentou o item 8.4 do edital, “simulação de campanha publicitária”, em descumprimento ao edital;

c) não numerou as páginas conforme preceitua o item 13.4.2 do Edital;

d) a agência não apresenta, em dois de seus trabalhos, a indicação de um veículo que o exibiu, substituindo pela explicação: “exposição em convenção” e “distribuição manual”, não havendo comprovação de sua ou veiculação ou ao menos existência, quando o nível dos trabalhos, Item 8.3, letra a do edital, dispõe: “o trabalho apresentado **deve ser acompanhado, obrigatoriamente** de ficha técnica, informando título, data ou período de veiculação e a **indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu**”.

e) a agência descumpre dispositivo legal ao, em sua estratégia de comunicação, propor a realização de **UM EVENTO**: o “Dia X da Reciclagem”, especificando esta como uma gincana a ser realizada em data programada, onde traria ao público destinadas ações como: concurso de arrecadação de lixo, concurso de redação, concurso fotográfico e atividades relâmpagos, finalizando, então, com a entrega de troféus aos vencedores.

Desta forma, conforme a legislação especial de licitações (lei n. 12.232/10), em seu Art. 2, parágrafo 2: “Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no parágrafo primeiro deste artigo, **vedada a inclusão de quaisquer atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza**, as quais serão contratadas por meio de procedimento licitatórios próprios, respeitando o disposto na legislação em vigor”.

Ao assim agir, a licitante TIG, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais

licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpre com os seguintes requisitos do edital:

7.3. ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA - DEMAIS INFORMAÇÕES INTEGRANTES DA PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E NÍVEL DOS TRABALHOS)
- COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
- CONCORRÊNCIA TÉCNICA E PREÇO N.002/2013
- **ESTE ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELO PRÓPRIO MUNICÍPIO**

7.3.1. A PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E O NÍVEL DOS TRABALHOS QUE REPRESENTAM O CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE, CONFORME INCISO III, ART. 6º E ART. 8º, DA LEI 12.232/2010, **SERÁ COMPOSTA PELAS INFORMAÇÕES CITADAS NOS ITENS 8.2, 8.3 E 8.4 DO PRESENTE EDITAL.**

8.2. A comprovação da capacidade de atendimento deverá ser através de:
d) **RELAÇÃO NOMINAL DOS PRINCIPAIS CLIENTES** atuais da agência, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento.

(...)

8.4. Instruções relativas à **simulação de campanha publicitária**, que deverá atentar para as seguintes observações:

- a) Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da **campanha simulada**, a licitante utilizará como referência a tabela abaixo:
- b) Na formulação deste quesito (campanha simulada) as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;
- c) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;
- d) A veiculação ou não das campanhas simuladas vencedoras ficará a critério do Município de Xaxim.
- e) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestamente inexequíveis ou antieconômicos.

(...)

13.5.2. **O Envelope n. 2 e os documentos nele acondicionados não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se relacione com os documentos do envelope n. 1 e eventualmente identifique a licitante antes da abertura do Envelope n.º 3 (art. 6º, XIII, da Lei 12.232/2010).**

(grifei)



Por tais motivos, é que deve a Participante n.º 02, TIG, ser desclassificada do certame.

III) PARTICIPANTE N.º 03: NANO PUBL. PROP.

No envelope n.º 01 – Proposta técnica – Via não identificada do plano de comunicação publicitária, fls. 168/175, o referido participante descumpru com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) utilizou-se de espaços entre linhas e textos grifados em negrito e itálico; não numerou as páginas em algarismos arábicos (fls. 168/175);

b) utilizou-se de recuos em parágrafos, símbolos (fl. 175);

c) não observou a margem direita e esquerda de 2 cm, à partir da borda;

d) no Raciocínio básico (item 8.1.1. do edital), a proponente apresenta, em primeira análise, PLÁGIO¹ de texto a partir de “(...) a participação da comunidade é fundamental (...)” – Segundo parágrafo do texto, retornando em “(...) a educação ambiental propicia a revisão dos conceitos ligados ao lixo, (...)”, seguindo até ao quinto parágrafo do texto. **Encontrado em:** <http://separarolixodomiciliar.blogspot.com.br/2011/09/6-participacao-e-cidadania.html>, o que, se assim confirmado, pode-se verificar a não capacitação da agência para defesa de sua idéia, utilizando-se de meios, em tese, ilícitos;

e) na tabela de custos da estratégia de mídia e não mídia (item 8.1.4.1. do edital), o cálculo em tabela, apresenta-se com erros de cálculos, observando-se a falta de somatórias relacionadas aos honorários, o que comprova, portanto, a não capacitação dos mesmos para o atendimento de quaisquer clientes, principalmente envolvendo uma administração municipal, o que vem a gerar danos financeiros a administração.

Ao assim agir, a licitante NANO, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpre com os seguintes requisitos do edital:

¹ A ser verificado pela subcomissão técnica e também pela comissão permanente de licitação.

7.2.1. A proposta técnica constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de **Comunicação Publicitária** pertinente às informações expressas no “BRIEFING” (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010).

7.2.2. A referida proposta deverá ser tecnicamente elaborada nos termos citados no item 8 e seus subitens do presente Edital, **de forma tal que não apareça qualquer tipo de identificação da licitante** (marcas, etiquetas, sinais ou palavras que identifiquem a licitante).

(...)

8. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

8.1. A PROPOSTA TÉCNICA constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com as informações expressas no “BRIEFING” (**composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010**), **deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:**

8.1.1. Raciocínio básico: **texto de no máximo 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital**, onde a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Xaxim, demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no BRIEFING, bem como os desafios de comunicação a serem enfrentados;

8.1.2. Estratégia de comunicação publicitária: **texto de no máximo por 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital**, no qual a licitante deverá propor o conceito de comunicação e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no BRIEFING com o tema “Campanha de conscientização sobre a separação e depósito do lixo”.

8.1.3. Ideia criativa: **apresentação de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, composta no máximo por 03 (três) páginas, tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital**, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descrita sob a forma de roteiros e textos, incluindo rádio, **limitados a uma peça por mídia.**

8.1.3.1. Não será admitida, para este quesito, a apresentação de layout.

(...)

13.4.1. A via **não Identificada** do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter nenhuma identificação na parte externa a fim de preservar – até a abertura do Envelope n.º 3 – o sigilo quanto à autoria do Plano e da proposta.

13.4.2. O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, **SEM PREJUÍZO DAS EXIGÊNCIAS CONTIDAS NOS SUBITENS 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 E 8.1.4 DESTE EDITAL**, deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quando houver expressões técnicas de uso corrente –,

com clareza, **SEM EMENDAS OU RASURAS E DEVE SER ELABORADO DA SEGUINTE FORMA:** (art. 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010).

a) em papel A4, cor branca;

b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) com textos justificados;

e) com espaçamento "simples" entre as linhas;

f) com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;

g) com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;

h) em caderno único;

i) sem identificação da licitante;

(...)

13.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária - **VIA NÃO IDENTIFICADA** - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria (art. 6º, XII, da Lei 12.232/2010).

(grifei)

No envelope n.º 02 – Proposta técnica – Demais informações integrantes da proposta técnica (capacidade de atendimento e nível dos trabalhos), fls. 267/272, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) na qualificação dos profissionais (item 8.2, a, do edital), fls. 267/270, há além da “qualificação dos profissionais”, fora colocado também a “IDENTIFICAÇÃO dos profissionais”, descrevendo seus nomes, o que permite a identificação da proponente, logo pela subcomissão técnica;

b) na apresentação do nível dos trabalhos, o licitante extrapolou o número de peças exigidos no item 8.3 do edital, eis que apresentou uma peça a mais e ainda permite identificação do proponente (fl. 272);

c) não apresentou o item 8.4 do edital, “simulação de campanha publicitária”, em descumprimento ao edital;

d) no item 8.2, letra a do edital que trata da “qualificação dos profissionais da licitante, demonstrando através de currículo sintético, que informe a formação, tempo de função, experiência, bem como a área de atuação dos funcionários que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: planejamento, criação, produção, mídia, atendimento,

sendo, no mínimo, um profissional por área”, a proponente apresenta apenas, três profissionais em seu quadro de funcionários, todos exercendo funções em todas as áreas necessárias para uma agência, portanto não esclarecendo a função real de cada um, infringindo o item proposto, o qual especifica claramente “**funcionários que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: planejamento, criação, produção, mídia, atendimento, sendo, no mínimo, um profissional por área**”;

e) A proponente Nano apresenta suas instalações e infraestrutura de forma vaga, sem esclarecer itens de real importância ao funcionamento e competência de uma agência, contrariando o Item 8.2, letra c do edital.

Ao assim agir, a licitante Nano, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

7.3. ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA - DEMAIS INFORMAÇÕES INTEGRANTES DA PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E NÍVEL DOS TRABALHOS)
- COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
- CONCORRÊNCIA TÉCNICA E PREÇO N.002/2013
- **ESTE ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELO PRÓPRIO MUNICÍPIO**

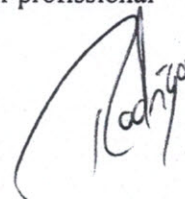
7.3.1. A PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E O NÍVEL DOS TRABALHOS QUE REPRESENTAM O CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE, CONFORME INCISO III, ART. 6º E ART. 8º, DA LEI 12.232/2010, SERÁ COMPOSTA PELAS INFORMAÇÕES CITADAS NOS ITENS 8.2, 8.3 E 8.4 DO PRESENTE EDITAL.

(...)

8.2. A comprovação da **capacidade de atendimento** deverá ser através de:

a) **QUALIFICAÇÃO dos profissionais da licitante**, demonstrado através de currículo sintético, que informe a formação, tempo de função, experiência, bem como a área de atuação dos funcionários que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: planejamento, criação, produção, mídia e atendimento, sendo, no mínimo, um profissional por área;

(...)



8.3. A apresentação do **nível dos trabalhos** dar-se-á através da apresentação do conjunto de trabalhos efetivamente produzidos e veiculados pela licitante, sendo **NO MÁXIMO 5 PECAS**, atendido o que abaixo segue:

a) o trabalho apresentado deve ser acompanhado obrigatoriamente de ficha técnica, informando título, data ou período de veiculação e **A INDICAÇÃO DE, PELO MENOS, UM VEÍCULO QUE O EXIBIU;**

(...)

8.4. Instruções relativas à **simulação de campanha publicitária**, que deverá atender para as seguintes observações:

a) Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da **campanha simulada**, a licitante utilizará como referência a tabela abaixo:

b) Na formulação deste quesito (campanha simulada) as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;

c) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;

d) A veiculação ou não das campanhas simuladas vencedoras ficará a critério do Município de Xaxim.

e) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestamente inexecutáveis ou antieconômicos.

(...)

13.5.2. O Envelope n. 2 e os documentos nele acondicionados não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se relacione com os documentos do envelope n. 1 e eventualmente identifique a licitante antes da abertura do Envelope n.º 3 (art. 6º, XIII, da Lei 12.232/2010).

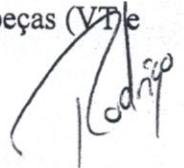
(grifei)

Por tais motivos, é que deve a Participante n.º 03, NANO, ser desclassificada do certame.

IV) PARTICIPANTE N.º 04: AIMIRIM PROPAGANDA

No envelope n.º 01 – Proposta técnica – Via não identificada do plano de comunicação publicitária, fls. 177/189, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) utilizou-se de layout na idéia criativa (fls. 181/183), e ainda, a proponente apresenta em meio ao texto de defesa desta idéia, o roteiro, sob forma de tabela, de devidas peças (VT) e



Spot), corporificando, assim, a apresentação de layout, muito embora não seja permitido, consoante o item 8.1.3.1 do Edital;

b) não observou a margem direita e esquerda de 2 cm (fls. 177/189), à partir da borda, bem como, utilizou-se de espaço entre linhas (fl. 184);

c) em sua tabela de custos, é abstraída a devida cobrança de alguns materiais apontados em estratégia de comunicação publicitária, dentre eles o mascote de campanha (gimmick), a produção de caixa verde para supermercados e a produção de mapa impresso, não esclarecendo sobre os custos destas.

Encontra-se ainda, a cobrança indevida sobre peças não apresentadas sobre estratégias de comunicação e idéia criativa, sendo estas o adesivo de vitrine e a placa de sinalização.

Projetos e cálculos mau planejados podem vir a causar danos financeiros e de planejamento à administração municipal, portanto, em dissonância com o edital.

Ao assim agir, a licitante AIMIRIM, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

7.2.1. A proposta técnica constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de **Comunicação Publicitária** pertinente às informações expressas no "BRIEFING" (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010).

7.2.2. A REFERIDA PROPOSTA DEVERÁ SER TECNICAMENTE ELABORADA NOS TERMOS CITADOS NO ITEM 8 E SEUS SUBITENS DO PRESENTE EDITAL, de forma tal que não apareça qualquer tipo de identificação da licitante (marcas, etiquetas, sinais ou palavras que identifiquem a licitante).

(...)

8. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

8.1. A PROPOSTA TÉCNICA constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com as informações expressas no "BRIEFING" (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010), deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

8.1.1. Raciocínio básico: texto de no máximo 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, onde a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Xaxim, demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no BRIEFING, bem como os desafios de comunicação a serem enfrentados;

8.1.2. Estratégia de comunicação publicitária: texto de no máximo por 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, no qual a licitante deverá propor o conceito de comunicação e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no BRIEFING com o tema “Campanha de conscientização sobre a separação e depósito do lixo”.

8.1.3. Ideia criativa: apresentação de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, composta no máximo por 03 (três) páginas, tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descrita sob a forma de roteiros e textos, incluindo rádio, limitados a uma peça por mídia.

8.1.3.1. NÃO SERÁ ADMITIDA, PARA ESTE QUESITO, A APRESENTAÇÃO DE LAYOUT.

(...)

13.4.1. A via **não Identificada** do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter nenhuma identificação na parte externa a fim de preservar – até a abertura do Envelope n.º 3 – o sigilo quanto à autoria do Plano e da proposta.
13.4.2. O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, **SEM PREJUÍZO DAS EXIGÊNCIAS CONTIDAS NOS SUBITENS 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 E 8.1.4 DESTE EDITAL**, deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quando houver expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, **SEM EMENDAS OU RASURAS E DEVE SER ELABORADO DA SEGUINTE FORMA**: (art. 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010).

a) em papel A4, cor branca;

b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

c) **sem recuos nos parágrafos e LINHAS SUBSEQUENTES**;

d) com textos justificados;

e) **com espaçamento “simples” entre as linhas**;

f) **com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos**;

g) com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;

h) em caderno único;

i) **sem identificação da licitante**;

(...)

13.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária - **VIA NÃO IDENTIFICADA** - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria (art. 6º, XII, da Lei 12.232/2010).

(grifei)

No envelope n.º 02 – Proposta técnica – Demais informações integrantes da proposta técnica (capacidade de atendimento e nível dos trabalhos, fls. 281/288, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) não apresentou o item 8.4 do edital, “simulação de campanha publicitária”, em descumprimento ao edital;

b) quanto aos níveis dos trabalhos, a agência não apresenta, **em três** de seus trabalhos, a indicação de um veículo que o exibiu, substituindo pela explicação: “distribuição gratuita” e “distribuição na rede de ensino público”, quando o item 8.3, letra a do edital dispõe: “o trabalho apresentado **deve ser acompanhado, obrigatoriamente** de ficha técnica, informando título, data ou período de veiculação e **a indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu**”.

Ao assim agir, a licitante AIMIRIM, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

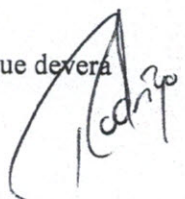
Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

7.3. ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA - DEMAIS INFORMAÇÕES INTEGRANTES DA PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E NÍVEL DOS TRABALHOS)
- COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
- CONCORRÊNCIA TÉCNICA E PREÇO N.002/2013
- **ESTE ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELO PRÓPRIO MUNICÍPIO**

7.3.1. A PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E O NÍVEL DOS TRABALHOS QUE REPRESENTAM O CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE, CONFORME INCISO III, ART. 6º E ART. 8º, DA LEI 12.232/2010, SERÁ COMPOSTA PELAS INFORMAÇÕES CITADAS NOS ITENS 8.2, 8.3 E 8.4 DO PRESENTE EDITAL.

(...)

8.4. Instruções relativas à **simulação de campanha publicitária**, que deverá atentar para as seguintes observações:



- a) Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da **campanha simulada**, a licitante utilizará como referência a tabela abaixo:
- b) Na formulação deste quesito (campanha simulada) as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;
- c) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;
- d) A veiculação ou não das campanhas simuladas vencedoras ficará a critério do Município de Xaxim.
- e) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestamente inexeqüíveis ou antieconômicos.

(...)

13.5.2. O Envelope n. 2 e os documentos nele acondicionados não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se relacione com os documentos do envelope n. 1 e eventualmente identifique a licitante antes da abertura do Envelope n.º 3 (art. 6º, XIII, da Lei 12.232/2010).

(grifei)

Por tais motivos, é que deve a Participante n.º 04, AIMIRIM, ser desclassificada do certame.

V) PARTICIPANTE N.º 06: DOSS PROPAGANDA

No envelope n.º 01 – Proposta técnica – Via não identificada do plano de comunicação publicitária, fls. 203/211, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) utilizou-se de layout na idéia criativa (fls. 205/209), muito embora não seja permitido, consoante o item 8.1.3.1 do Edital;

Ao assim agir, a licitante DOSS, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

7.2.1. A proposta técnica constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de **Comunicação Publicitária** pertinente às

informações expressas no "BRIEFING" (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010).

7.2.2. A REFERIDA PROPOSTA DEVERÁ SER TECNICAMENTE ELABORADA NOS TERMOS CITADOS NO ITEM 8 E SEUS SUBITENS DO PRESENTE EDITAL, de forma tal que não apareça qualquer tipo de identificação da licitante (marcas, etiquetas, sinais ou palavras que identifiquem a licitante).

(...)

8. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

8.1. A PROPOSTA TÉCNICA constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com as informações expressas no "BRIEFING" (composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa com exemplos de peças publicitárias e estratégia de mídia e não mídia, conforme art. 7º da Lei 12.232/2010), deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

8.1.1. Raciocínio básico: texto de no máximo 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, onde a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Xaxim, demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no BRIEFING, bem como os desafios de comunicação a serem enfrentados;

8.1.2. Estratégia de comunicação publicitária: texto de no máximo por 03 (três) páginas de papel tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, no qual a licitante deverá propor o conceito de comunicação e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no BRIEFING com o tema "Campanha de conscientização sobre a separação e depósito do lixo".

8.1.3. Ideia criativa: apresentação de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, composta no máximo por 03 (três) páginas, tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 13.4.2 deste Edital, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descrita sob a forma de roteiros e textos, incluindo rádio, limitados a uma peça por mídia.

8.1.3.1. NÃO SERÁ ADMITIDA, PARA ESTE QUESITO, A APRESENTAÇÃO DE LAYOUT.

(...)

13.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria (art. 6º, XII, da Lei 12.232/2010). (grifei)

No envelope n.º 02 – Proposta técnica – Demais informações integrantes da proposta técnica (capacidade de atendimento e nível dos trabalhos, fls. 308/317, o referido participante descumpriu com as normas editalícias e legais, ao assim proceder:

a) não apresentou o item 8.4 do edital, “simulação de campanha publicitária”, em descumprimento ao edital.

Ao assim agir, a licitante DOSS, além de não cumprir com os requisitos do edital, ainda permite sua identificação ao proceder de maneira diferente e em prejuízo dos demais licitantes, pois o objetivo das formas estabelecidas no edital, é dar igual tratamento a todos os participantes, o que não foi observado.

Tais atos praticados por este licitante, descumpra com os seguintes requisitos do edital:

7.3. ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA - DEMAIS INFORMAÇÕES INTEGRANTES DA PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E NÍVEL DOS TRABALHOS)
- COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
- CONCORRÊNCIA TÉCNICA E PREÇO N.002/2013
- **ESTE ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELO PRÓPRIO MUNICÍPIO**

7.3.1. A PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E O NÍVEL DOS TRABALHOS QUE REPRESENTAM O CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE, CONFORME INCISO III, ART. 6º E ART. 8º, DA LEI 12.232/2010, SERÁ COMPOSTA PELAS INFORMAÇÕES CITADAS NOS ITENS 8.2, 8.3 E 8.4 DO PRESENTE EDITAL.

(...)

8.4. Instruções relativas à **simulação de campanha publicitária**, que deverá atentar para as seguintes observações:

- a) Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da **campanha simulada**, a licitante utilizará como referência a tabela abaixo:
- b) Na formulação deste quesito (campanha simulada) as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;
- c) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;
- d) A veiculação ou não das campanhas simuladas vencedoras ficará a critério do Município de Xaxim.
- e) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestamente inexequíveis ou antieconômicos.

(...)

13.5.2. O Envelope n. 2 e os documentos nele acondicionados não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se relacione com

os documentos do envelope n. 1 e eventualmente identifique a licitante antes da abertura do Envelope n.º 3 (art. 6º, XIII, da Lei 12.232/2010).

(grifei)

Por tais motivos, é que deve a Participante n.º 06, DOSS, ser desclassificada do certame.

DA LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Consoante a Lei Geral das Licitações, 8.666/1993, a licitação destina-se à garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, bem como, o dever de ser processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos (Art. 3º).

Nesta norma, a mesma é cristalina ao prever que serão desclassificadas propostas que estejam em desconformidade com as normas editalícias, dos quais cita-se o Art. 43 inciso IV; e Art. 48 inciso I.

Como não poderia ser diferente, da mesma forma a legislação especial que trata de de licitações de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, Lei 12.232/2010, trata do dever de desclassificar licitantes que não observam as normas editalícias, dentre os quais encontram-se as seguintes normativas: e incisos III e V do §4º do Art. 11.

Art. 6º (...)

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

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:

(...)

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

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências

legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;
(...)

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;
(grifei)

Quanto ao estrito cumprimento e à vinculação ao edital, palpado, ainda, no princípio da legalidade, a Corte Catarinense em casos análogos detém pacífico entendimento:

REEXAME NECESSÁRIO EM MANDADO DE SEGURANÇA. ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. INOBSERVÂNCIA DE EXIGÊNCIA DO EDITAL. IMPOSSIBILIDADE. VINCULAÇÃO AOS SEUS TERMOS. SENTENÇA MANTIDA. REMESSA DESPROVIDA. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu. (MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 32 ed. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 274-275)².

A jurisprudência é predominante, tal como também adotado pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, dentre outros:

ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. EDITAL. VINCULAÇÃO. A Administração e os licitantes vinculam-se às normas do edital, voltadas à operacionalização do princípio da isonomia. APELAÇÃO DESPROVIDA, POR MAIORIA. (Apelação Cível Nº 70037596400, Vigésima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Mara Larsen Chechi, Julgado em 09/12/2010)

LICITAÇÃO E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. EDITAL. NÃO APRESENTAÇÃO DE CERTIFICADO DE REGULARIDADE DA SOCIEDADE PERANTE A OAB. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO. Prevendo o edital a apresentação de documento comprobatório da regularidade da sociedade de advogados perante a OAB, sendo objeto da licitação a contratação da sociedade, não pode ser considerada habilitada a sociedade que não o apresentou ou o fez tardiamente, em fase de recurso, sob pena de infringência ao princípio da vinculação ao edital. APELAÇÃO DESPROVIDA. (Apelação Cível Nº 70035284165, Vigésima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça

² (TJSC, Reexame Necessário em Mandado de Segurança n. 2011.043025-2, de Chapecó, rel. Des. Cláudio Barreto Dutra, j. 15-12-2011). Grifei.

do RS, Relator: Rejane Maria Dias de Castro Bins, Julgado em 29/04/2010)

APELAÇÃO CÍVEL. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. INABILITAÇÃO. REQUISITOS DO EDITAL. INOBSERVÂNCIA. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO ATO CONVOCATÓRIO. Demonstrada a inobservância a requisitos constantes do edital, impõe-se à Administração, por força do princípio da vinculação ao ato convocatório, a inabilitação da concorrente. APELAÇÃO DESPROVIDA. (Apelação Cível Nº 70035240324, Vigésima Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Armínio José Abreu Lima da Rosa, Julgado em 28/04/2010).

A inobservância nas regras contidas no Edital da licitação pela administração pública viola o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, agindo assim, em ilegalidade.

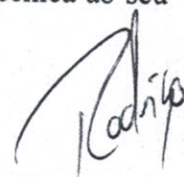
Assim, diante das irregularidades e ilegalidades demonstradas e praticadas, primeiro pelo descumprimento do edital pelos mencionados licitantes e segundo por ter descumprido às regras do Edital bem como as normativas de regência, se faz necessária a reforma das decisões e atos praticados, conforme pedidos ao final.

DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Restou demonstrado as diversas falhas, erros e ilegalidades praticadas pelos proponentes licitantes e, aceitas pela subcomissão técnica e também pela comissão permanente de licitações, que ao aceitarem tais situações, são coniventes nas mesmas práticas.

O prejuízo à licitação é evidente, ante o despreparo das cinco licitantes apontadas do presente. Quem deterá prejuízos de forma direta, será a administração municipal, refletindo nos munícipes, que são os principais destinatários das informações, objeto da licitação.

Prejuízo enorme à Recorrente WHB, uma vez que ao participar do presente certame de maneira correta e, em estrito cumprimento aos ditames legais e editalícios, têm seu direito subjetivo afetado, através da pontuação das notas atribuídas pela subcomissão técnica ao seu correto trabalho, em favorecimento às demais licitantes.



Isto porque, se não observado as falhas apontadas pelas demais licitantes, também poderia a Recorrente ter se utilizado das mesmas artinhas e artifícios utilizados pelas concorrentes, o que, poderia a licitante Recorrente demonstrar seu trabalho de maneira diferente do que limita o edital, ou seja, de maneira mais ampla o possível, apresentando layouts e *cases* onde proibido apresentar, aumentando sua fundamentação e consequentemente majorando sua a avaliação em notas dos trabalhos apresentados; deixar de apresentar peças, identificar seus profissionais, dentre outros.

Desta forma, deverá a subcomissão técnica reavaliar as falhas agora apontadas das demais Participantes (já mencionadas em cada tópico), afim de atribuir notas condizentes com suas falhas, bem como majorar a nota em relação ao trabalho desenvolvido pela Recorrente.

Ato contínuo, a subcomissão técnica e também a comissão permanente de licitações, deverá desclassificar as licitantes nominadas nos pedidos ao final, ante as irregularidades e ilegalidades não sanáveis apontadas, pois contrárias as normas editalícias e legais, e mais ainda, que trazem prejuízos à Recorrente, que age de forma correta.

Ao contrário agindo, estar-se-á agindo com contra os princípios das licitações, quais sejam, 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.

DOS PEDIDOS

Do exposto, **REQUER** a Vossas senhorias:

- a) em receberem as tempestivas Razões Recursais com os documentos que a acompanham, determinando o seu imediato registro e processamento;
- b) que a intimação de todos os atos e movimentações a serem praticadas de agora em diante, sejam efetuadas diretamente no endereço de quem esta subscreve do qual consta no rodapé da presente, sob pena de nulidade dos atos, tudo para assegurar os princípios constitucionais da publicidade, contraditório e da ampla defesa;
- c) requer a produção de todos os meios de prova admitidas em direito;



d) que a subcomissão técnica reavalie as notas atribuídas as Participantes IPSE, TIG, NANO, AIMIRIM e DOSS, afim de minorar e atribuir notas condizentes com suas falhas apontadas, bem como majorar a nota em relação ao trabalho desenvolvido pela Recorrente.

e) após, seja REFORMADA a decisão que classificou as licitantes **Participante n.º 01 - IPSE publicidade e propaganda Ltda.; Participante n.º 02 - Agência de publicidade TIG; Participante n.º 03 - NANO publicidade e propaganda; Participante n.º 04 - AIMIRIM PROPAGANDA; e, Participante n.º 06 - DOSS propaganda**, ante as irregularidades e ilegalidades encontradas conforme exposto na fundamentação, para que estas sejam **DECLASSIFICADAS** e não mais participarem das ulteriores fases do certame;

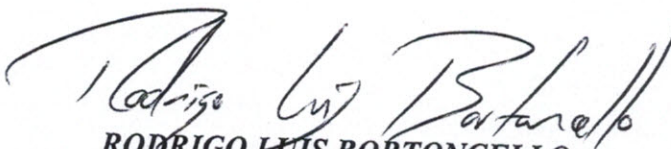
f) Caso a Comissão Permanente/Especial de Licitação entenda não reconsiderar sua decisão, que encaminhe o presente recurso para apreciação por sua autoridade hierarquicamente superior, que há de restabelecer a legalidade dos atos praticados, eis que do contrário, tais atos ilegais e irregulares (e outros a serem verificados e debatidos, mesmo que não suscitados no presente) estarão passíveis de revisão junto aos órgãos de controle competentes (TCE/SC) e jurisdicional, outorgados pela Constituição Federal e pela Lei 8.666/93;

f) ao final, declarar a Recorrente vencedora do certame.

Termos em que,

Pede Deferimento.

Xanxerê/SC, 30 de Agosto de 2013.


RODRIGO LUIS BORTONCELLO
OAB/SC 27.514

* instrumento de mandato e cópia do contrato social anexos.

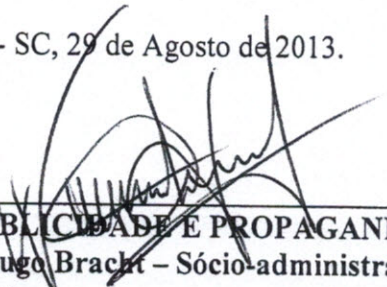
PROCURAÇÃO

OUTORGANTE(S): WHB PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob n. 07.336.844/0001-57, com sede na Rua Independência, n. 40, sala 08, Ed. Arcari, Centro, nesta cidade de Xanxerê/SC, por seu sócio-administrador, Sr. Walter Hugo Bracht, inscrito no CPF sob o n. 005.353.749-17.

OUTORGADO(S): **RODRIGO LUIS BORTONCELLO**, brasileiro, solteiro, advogado, com inscrição na OAB/SC sob número 27.514, estabelecido na Avenida Brasil, 260, sala 103-B, centro, cidade de Xanxerê – SC, telefone (49) 8423-3843, onde recebe intimações e notificações.

PODERES: Concede(m) os mais amplos, gerais e ilimitados poderes, especialmente os da cláusula “EXTRA JUDICIA” e “AD JUDICIA”, podendo representar o(s) outorgante(s) junto às repartições Públicas Federais, Estaduais e Municipais, nela assinando documentos, requerimentos, dar recibos, receber, dar quitações, e no foro em geral, perante qualquer Juízo, Instância ou Tribunal, em quaisquer ações que figure(m) como autor(es) ou réu(s), assistente(s), oponente(s) ou litisconsortes(s), podendo ainda, respeitando os atos privativos do advogado, promover, qualquer medida cautelar, preventivas ou assecuratória de seus direitos e interesses. Pode ainda o Outorgado transigir, renunciar o direito, fazer cessão, desistir, firmar compromisso, acordos, reconhecer a procedência do pedido, recorrer, enfim, praticar todos os atos necessários para o bom e fiel desempenho do presente mandato, com poderes expressos para substabelecer, no todo ou em parte, com ou sem reserva de poderes, inicial e especialmente para obter vista ou carga do processo administrativo (licitatório) n.º 092/2013, Edital de Concorrência n.º 002/2013 do Município de Xaxim/SC, bem como para nele interpor recursos administrativos, judiciais de quaisquer espécie, representações, participar de todo e qualquer ato e forma ou interpor quaisquer outras de interesse dos outorgantes.

Xanxerê - SC, 29 de Agosto de 2013.



WHB PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.
Walter Hugo Bracht – Sócio-administrador
Outorgantes