

RECEBIDO 05.06.2018  
AS 12:15HS.

  
ALAN MARTINS WENSING  
Diretor de Departamento III  
Portaria nº 712/2018

# Recurso de Contrarrazões

**ômega**   
comunicação

Prefeitura Municipal de Jaguaruna  
Concorrência Pública nº 01/2018



À Prefeitura Municipal de Jaguaruna.  
Ilmo. Sr. Remi Firmino Guedes.  
Presidente da Comissão de Licitação.

**Ref.: Edital de Concorrência Pública nº 01/2018**

A empresa **ÔMEGA COMUNICAÇÃO LTDA-EPP**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida na cidade de Imbituba, na Av. Dr. João Rimsa, 400 – Sala 1 – Centro, inscrita no CNPJ sob o nº 10.761.785/0001-79, neste ato representada por seu sócio-administrador, senhor **JOÃO BATISTA FREITAS DOMINGOS**, brasileiro, casado, inscrito no CPF sob o nº 455.225.619-04, vem respeitosamente a presença de Vossas Senhorias, apresentar tempestivamente o presente

## **RECURSO DE CONTRARRAZÕES**

Em face dos recursos administrativos protocolados pela licitantes **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** e **ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, os quais ratificam a necessidade de cumprimento das exigências ao edital de licitação.

### **DA SÍNTESE DOS FATOS**

As empresas **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** e **ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA** redigiram recursos administrativos requerendo a desclassificação de empresas participantes do certame. A **BLUE PROPAGANDA** requereu apenas a desclassificação da empresa **ARILTON AMADOR**, enquanto a **ALVO GLOBAL** requereu a desclassificação da **ARILTON AMADOR PROPAGANDA** e também da **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**.

Ambos os recursos estão recheados de razões que, de fato, fundamentam a necessidade de desclassificação dessas empresas. A fim de corroborar com as alegações e contribuir com a lisura neste processo licitatório, reafirmando aquilo que já protocolamos em nosso recurso administrativo de razões, estamos lançando estas contrarrazões, novamente comprovando as falhas cometidas pelas empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA**, **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** e **ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA**. Todas essas três licitantes desrespeitaram o edital de licitação e devem, necessariamente, serem desclassificadas do certame. Os próprios itens do edital e artigos citados nos recursos da **BLUE PROPAGANDA** e da **ALVO GLOBAL PROPAGANDA** comprovam que ambas as empresas, juntamente com a **ARILTON AMADOR**, devem ser desclassificadas do processo. Por sua vez, a **ÔMEGA COMUNICAÇÃO**, que detém a mais ampla e abrangente proposta apresentada ao município de **JAGUARUNA**, é também a única licitante que não teve nenhuma alegação recursal contra a sua proposta. É a única que cumpriu o edital à risca.

## DA TEMPESTIVIDADE

A **ÔMEGA COMUNICAÇÃO LTDA-EPP** foi intimada, pela Prefeitura Municipal de Jaguaruna, sobre a interposição dos recursos administrativos das empresas **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** e **ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, no dia 29 de maio de 2018. Assim, com base no art. 109 da Lei 8.666/93, que prevê prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos de razão e contrarrazão, a empresa **ÔMEGA COMUNICAÇÃO LTDA-EPP** vem apresentar no dia 05 de junho de 2018, **TEMPESTIVAMENTE**, o seu **RECURSO DE CONTRARRAZÕES**.

## DO COMPROMISSO COM A VERDADE

Antes de darmos prosseguimento nas contrarrazões recursais, a empresa **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** reafirma o seu compromisso com a verdade e com as leis editalícias neste procedimento licitatório. Assim foi na elaboração de toda a sua proposta, completamente de acordo com o edital, com a Lei, com as normas da atividade publicitária, e ainda com o termo de esclarecimento publicados pela **Prefeitura de Jaguaruna**. Assim também se deu na elaboração do recurso administrativo protocolado no dia 25 de maio de 2018, no qual a **ÔMEGA COMUNICAÇÃO**, com argumentos sólidos e responsáveis, embasados no edital e na lei, requereu as inevitáveis desclassificações das empresas **ARILTON AMADOR**, **BLUE PROPAGANDA** e **ALVO GLOBAL PROPAGANDA**.

No decorrer deste certame, a **ÔMEGA COMUNICAÇÃO LTDA-EPP** vem demonstrando, desde o princípio, total conhecimento das normas e das leis que regem o procedimento. A apresentação da **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** é exemplar e correta. E, por ser dessa forma, como sempre fazemos, é que estamos protocolando este novo recurso, desta vez em caráter de contrarrazões, a fim de reafirmar a qualidade de nossa proposta e a necessidade de desclassificação das 3 (três) outras licitantes.

## 1. DAS ALEGAÇÕES DA BLUE PROPAGANDA

### 1.1. DAS RAZÕES APRESENTADAS PARA DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA ARILTON AMADOR PROPAGANDA

A **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** apresentou um recurso administrativo repleto de alegações acerca da proposta da **ARILTON AMADOR**. O recurso da **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** não deixa de ser verdadeiro, visto que a necessidade de desclassificação da **ARILTON AMADOR** já pode ser considerada um fato consumado, diante de tantas afrontas editalícias cometidas pela licitante **ARILTON AMADOR PROPAGANDA**.



Mas o que chama a atenção é que a **BLUE PROPAGANDA**, ao requerer veementemente a desclassificação da **ARILTON AMADOR**, acaba ratificando que os descumprimentos ao edital cometidos por ela própria, a **BLUE**, também devem ser punidos com desclassificação. Vejamos:

A **BLUE PROPAGANDA** afirma (corretamente) que a empresa **ARILTON AMADOR** deixou de apresentar custos de criação em sua proposta. É isto que diz a **BLUE** em seu recurso:

**d. DA AUSÊNCIA DOS CUSTOS DE CRIAÇÃO  
- AFRONTA AO EDITAL - PROPOSTA MAIS  
VANTAJOSA - VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA  
ISONOMIA**

A ausência da consideração dos custos de criação, além de afrontar o Edital, traduz-se em nítida vantagem da proponente sobre os demais participantes, uma vez que dispõe de mais verba para produção e veiculação, ditando-se e avantajando-se sobre os demais.

Em seus fundamentos legais já apresentados, requer-se também pela violação do Item 6 do Anexo 2 (Briefing), e DESCCLASSIFICAÇÃO da empresa ARILTON AMADOR PROPAGANDA.

Isso tudo que a **BLUE PROPAGANDA** afirmou é verdade, mas também serve para a própria **BLUE PROPAGANDA** ser declassificada. Assim como afirmamos no recurso administrativo protocolado no dia 25 de maio de 2018, fazemos questão de recolocar agora, para comprovar que a **BLUE PROPAGANDA** descumpriu o edital de licitação e deve ser desclassificada pelo mesmo motivo que a empresa **ARILTON AMADOR**: ocultou custos de criação em sua proposta.

**A BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DEIXOU DE APRESENTAR O CUSTO DE CRIAÇÃO PARA O SLOGAN UTILIZADO EM TODAS AS SUAS PEÇAS DA CAMPANHA.**

**A BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DEIXOU DE APRESENTAR O CUSTO DE CRIAÇÃO DE UM DOS BANNERS DE INTERNET QUE COMPUNHAM A CAMPANHA. FOI APRESENTADO APENAS UM CUSTO, MAS A EMPRESA PROPÔS DUAS PEÇAS EM SUA PROPOSTA.**

Ora, a ausência dos custos de criação, como bem alegou a **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** em seu recurso, é sim fator determinante para desclassificação de uma empresa. Dessa forma, tanto a **ARILTON AMADOR** quanto a **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, ambas as empresas devem ser desclassificadas do certame, por não apresentarem todos os custos da campanha, conforme exigência do edital de licitação.

Em outro ponto de seu recurso administrativo, a **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** cita um outro desliz da **ARILTON AMADOR**, que apresentou apenas um RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO e não teve a nota descontada pela Subcomissão Técnica. Essa é outra verdade proferida pela **BLUE** em seu recurso, mas chama a atenção neste pedido que a **BLUE PUBLICIDADE** simplesmente oculta a falha mais grave da **ARILTON AMADOR** no envelope C: a apresentação de mais de uma campanha entre as peças do Repertório (Nível dos Trabalhos).

E todos sabemos o porque da **BLUE** ter ocultado esta desobediência da **ARILTON AMADOR**. Exatamente porque a própria **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** também descumpriu a exigência do edital para o quesito REPERTÓRIO e, por este motivo, fizeram de conta, no recurso administrativo, que a **ARILTON AMADOR** não errou neste quesito.

A falha é tão grotesca que, além de já ter constado na Ata do dia 12 de abril de 2018, também foi alegada pelas empresas **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** e **ALVO GLOBAL PROPAGANDA** em seus recursos administrativos.

O fato é que, no ENVELOPE C, as empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA** e **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** apresentaram, em afronta clara ao edital de licitação, **mais de uma campanha entre as peças do repertório**.

Enquanto a **ARILTON AMADOR** apresentou peças de **4 (QUATRO) CAMPANHAS DIFERENTES**, a **BLUE PROPAGANDA** apresentou peças de **8 (OITO) CAMPANHAS DIFERENTES**.

E aqui fazemos coro ao que diz a **BLUE PROPAGANDA** em seu recurso:

além de afrontar o Edital, traduz-se em nítida vantagem da proponente sobre os demais participantes,

Ao apresentar mais de **UMA** campanha no Repertório (Nível dos Trabalhos), **ARILTON AMADOR** e **BLUE PROPAGANDA**, além de descumprirem ao edital, criaram um enorme desequilíbrio no julgamento do Envelope C.



E o mais grave é que essa regra do edital ainda foi confirmada antes da abertura dos envelopes, em termo de esclarecimento publicado no site da Prefeitura de Jaguaruna:

2) O edital é claro quando solicita UMA campanha. Ou seja, a agência deve apresentar as peças que compõe essa campanha.

Atenciosamente,

**Prefeitura Municipal de Jaguaruna-SC**  
**Setor de Licitação**

Av. Duque de Caxias, n 290, Centro, Jaguaruna/SC - CEP: 88.715-000  
Fone: (48) 3624-8422/3624-0132

Assim sendo, por terem descumprido o item 3 do Anexo IV do edital de licitação, as empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA** e **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** deverão ser desclassificadas do certame.

É como a própria **BLUE PROPAGANDA** afirma em seu recurso administrativo:

Antes da apresentação de cada uma, cabe ressaltar a importância do PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO, medida em que vincula não só os proponentes, mas também a administração. É o que determina o art. 3º e 41 da Lei 8.666/93:

Art. 3. 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 de legalidade, de impessoalidade, de moralidade, de publicidade, de vinculação ao instrumento convocatório, de 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.

Ou seja, a **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** tem razão em tudo o que afirma contra a proposta da **ARILTON AMADOR**. A **ARILTON AMADOR PROPAGANDA** deve mesmo ser desclassificada do certame. O que a **BLUE PROPAGANDA** não pode é requerer que a regra valha apenas para os outros e não para si. Dessa forma, a **BLUE PROPAGANDA**, na mesma baila em que pede a desclassificação da **ARILTON AMADOR**, também deverá ser desclassificada do certame.

### 1.2. DO PEDIDO DE INVERSÃO DE NOTAS DA BLUE PROPAGANDA

Uma outra situação citada pela **BLUE PROPAGANDA** em seu recurso é quanto à falta de embasamento e justificativas no estabelecimento de notas por parte da Subcomissão Técnica. Nesse ponto, como também citamos no recurso da **ÔMEGA COMUNICAÇÃO**, fica claro e evidente que a Subcomissão Técnica não destinou a devida atenção a todas as propostas, visto que a empresa melhor avaliada - **ARILTON AMADOR** - apresentou erros crassos em todos os seus envelopes, todos inobservados pelos membros julgadores do processo licitatório.

O que não se pode admitir é que a **BLUE PROPAGANDA** peça a inversão de notas (trocar as notas da **BLUE** pelas notas da **ARILTON AMADOR**), sob a alegação de que sua proposta é melhor do que a da **ARILTON AMADOR**. Para tanto, a **BLUE PROPAGANDA** apresentou um quadro comparativo entre as propostas. Vejamos:

 <b>BLUE PROPAGANDA</b>	 <b>ARILTON AMADOR</b>
Material (3)	Material (4)
TV - 2 Redes	TV - 1 Rede
Rádio - 3 Emissoras	Rádio - 2 Emissoras
Jornal - 2 Jornais	Jornal - 1 Edição

A alegação da **BLUE PROPAGANDA** é a de que sua proposta é melhor do que a da **ARILTON AMADOR** porque utilizou mais veículos de mídia do que a **ARILTON AMADOR**, e que por isso as notas estariam invertidas:

Senhores, partindo da premissa de que a fundamentação para atribuição de notas esta correta, salta aos olhos que as notas do material (3) e (4) estão invertidas.



Mas, e se resolvessemos fazer o mesmo quadro comparativo incluindo a proposta da **ÔMEGA COMUNICAÇÃO**? Como já citamos no recurso administrativo protocolado no dia 25 de maio de 2018, nenhuma outra licitante utilizou mais mídias e veículos do que a **ÔMEGA COMUNICAÇÃO**, e a avaliação da **ÔMEGA**, espantosamente, foi a mais baixa no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia nas notas de todos os julgadores. Vamos ao quadro comparativo:

<b>BLUE PROPAGANDA</b>	<b>ARILTON AMADOR</b>	<b>ÔMEGA COMUNICAÇÃO</b>
2 EMISSORAS DE TV	1 EMISSORA DE TV	4 EMISSORAS DE TV
3 EMISSORAS DE RÁDIO	1 EMISSORA DE RÁDIO	11 EMISSORAS DE RÁDIO
2 JORNAIS	1 JORNAL	5 JORNAIS

Percebem a diferença entre as propostas? É nítido onde está a injustiça. A melhor distribuição dos recursos de mídia, alcançando o município de Jaguaruna e o estado de Santa Catarina, como requer o briefing do edital, indiscutivelmente, é a da **ÔMEGA COMUNICAÇÃO**. A quantidade de veículos utilizados pela **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** é maior até do que a soma das propostas da **BLUE PROPAGANDA** e da **ARILTON AMADOR**:

<b>BLUE PROPAGANDA + ARILTON AMADOR</b>	<b>ÔMEGA COMUNICAÇÃO</b>
3 EMISSORAS DE TV	4 EMISSORAS DE TV
4 EMISSORAS DE RÁDIO	11 EMISSORAS DE RÁDIO
3 JORNAIS	5 JORNAIS

Portanto, não há que se falar em inversão de notas entre as propostas da **BLUE PROPAGANDA** e da **ARILTON AMADOR**, visto que a empresa que, comprovadamente, foi a maior prejudicada no julgamento da Subcomissão Técnica foi a **ÔMEGA**. A proposta da **ÔMEGA** é amplamente a mais detalhada e abrangente, alcançando com eficiência ao objetivo almejado no briefing do edital de licitação. Mesmo fazendo também a comparação entre a **ÔMEGA** e a outra proposta que restou, da **ALVO GLOBAL**, ainda assim o prevalectimento da **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** permanece:

<b>ALVO GLOBAL</b>	<b>ÔMEGA COMUNICAÇÃO</b>
1 EMISSORA DE TV	4 EMISSORAS DE TV
5 EMISSORAS DE RÁDIO	11 EMISSORAS DE RÁDIO
2 JORNAIS	5 JORNAIS





Infelizmente nada disso foi considerado pela Subcomissão Técnica, o que teria evitado a necessidade de tantos recursos administrativos neste processo licitatório.

## 2. DAS ALEGAÇÕES DA ALVO GLOBAL

### 2.1. DAS RAZÕES APRESENTADAS PARA DESCLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS ARILTON AMADOR PROPAGANDA E BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A **ALVO GLOBAL PROPAGANDA** apresenta uma argumentação embasada no edital e na lei, justificando o porque do merecimento das desclassificações das empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA** e **BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**. O recurso da **ALVO GLOBAL** é preciso, valorizando a importância do cumprimento ao edital de licitação.

Só que a ironia é que boa parte daquilo que a **ALVO GLOBAL** afirmou em seu recurso também serve para desclassificar a própria **ALVO GLOBAL**. Vejamos:

Na página 5 de sua proposta, como afirmamos no recurso protocolado no dia 25/05/2018, a **ALVO GLOBAL** descumpriu à exigência para margens de 2,5 centímetros nas laterais das páginas. E tal exigência para apresentação das margens 2,5 centímetros consta no item 6.4.2 do Anexo IV do edital de licitação.

E, em seu recurso, a **ALVO GLOBAL** afirma isto sobre o cumprimento das regras do edital:

Ao instituir limites, TAMANHO DO CORPO, o NÚMERO MÁXIMO DE LINHAS e LAUDAS, ESPAÇAMENTO DE PARÁGRAFOS, NÚMERO DE PEÇAS, IMPOSSIBILIDADE DE PRÉVIA IDENTIFICAÇÃO, entre outros, para as empresas licitantes apresentarem seu Plano de Comunicação Publicitária, o instrumento convocatório fixou importante regra balizadora da disputa, condição *sine qua non* para a manutenção do caráter competitivo do certame. É evidente, pois, que a aplicação objetiva das regras convocatórias são determinantes para a correta aplicação do princípio da isonomia ao certame.

Numa licitação realizada sob os moldes tradicionais, falta de aposição de assinatura, o tipo do envelope, ou o número de peças de uma campanha, poderia ser considerado aspecto meramente formal e ser relevado pela Administração. Sem embargo, o mesmo raciocínio não se faz à licitação para serviços de publicidade, à vista da nova sistemática da nova Lei 12.232/2010, que estabeleceu que os critérios de avaliação devem ser ESTRITAMENTE objetivos, sob pena de se estar desvirtuando o objetivo específico desta legislação peculiar que veio disciplinar o procedimento licitatório para serviços publicitários realizados por agências de propaganda.

Ora, a própria **ALVO GLOBAL** confirma e esclarece que nesta modalidade de licitação, regida pela Lei nº 12.232/2010, o descumprimento de itens básicos do edital não pode ser considerado uma mera formalidade, sendo necessária a desclassificação da licitante desobediente.

Completa assim a **ALVO GLOBAL**:

O edital licitatório vincula a Administração Pública, tendo o dever de assegurar o igualitário tratamento entre os licitantes. Quem deixar de cumprir as exigências editalícias deve ser desclassificado, pois estará afrontando ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, bem como aos demais princípios prescritos no artigo 3º da Lei 8.666/93:

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

Concordamos totalmente com as afirmações da **ALVO GLOBAL**, mas reafirmamos aqui que, por ter descumprido às margens estabelecidas pelo edital de licitação, **a própria ALVO GLOBAL deverá ser desclassificada do certame.**

Além disso, a **ALVO GLOBAL** descumpriu uma série de outros itens do edital de licitação:

**• A ALVO GLOBAL DEIXOU DE APRESENTAR O CUSTO DE CRIAÇÃO DO SLOGAN UTILIZADO EM TODAS AS PEÇAS;**

**• A ALVO GLOBAL APRESENTOU UM ROTEIRO DE SPOT COM ENREDO EM SUA IDEIA CRIATIVA, MAS INSERIU A COTAÇÃO COMO SE A CRIAÇÃO FOSSE DE UM SIMPLES COMUNICADO (QUE É MAIS BARATO, OU SEJA, OFERTANDO VANTAGEM NÃO PREVISTA);**

**• A ALVO GLOBAL DETALHOU A EXIBIÇÃO DE 25 (VINTE E CINCO) OUTDOORS EM SUA ESTRATÉGIA DE MÍDIA, MAS INSERIU A COTAÇÃO PARA PRODUZIR E VEICULAR APENAS 20 (VINTE) UNIDADES. 5 (CINCO) OUTDOORS TIVERAM OS CUSTOS OCULTADOS;**

**• A ALVO GLOBAL NÃO OBEDECEU A EXIGÊNCIA DO BRIEFING PARA UTILIZAÇÃO DOS MEIOS E VEÍCULOS NA REGIÃO DE JAGUARUNA. UTILIZOU O MEIO TELEVISÃO PARA UMA PRAÇA QUE NÃO TEM ALCANCE NA CIDADE DE JAGUARUNA;**

**• A ALVO GLOBAL NÃO DETALHOU TODAS AS PRAÇAS DE VEICULAÇÃO DOS MEIOS UTILIZADOS PARA A CAMPANHA. ALGUMAS RÁDIOS FORAM APENAS CITADAS, MAS SEM INFORMAR DE QUAIS CIDADES SÃO.**



Diante de tantos erros claros da **ALVO GLOBAL**, também fazemos coro ao que a própria **ALVO GLOBAL PROPAGANDA** afirma em seu recurso:

A Lei 12.232/2010 é taxativa, em seu artigo 11, § 4º, inciso III, ao prescrever a **irremediável desclassificação das propostas que desatenderem as exigências estabelecidas no 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 procedimento 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;”.(Grifado)

## **Não há liberdade para desprezar falhas**

É exatamente isto que queremos aqui ratificar. Esta frase citada no recurso da **ALVO GLOBAL** resume tudo. Não há liberdade para desprezar falhas nesta Concorrência. As empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA**, **BLUE PUBLICIDADE** e **ALVO GLOBAL PROPAGANDA**, todas estas três licitantes, devem ser desclassificadas do certame, diante das desobediências editalícias que apresentamos nas razões recursais e agora confirmamos nestas contrarrazões.

### **3. DA PROPOSTA DA ÔMEGA COMUNICAÇÃO**

É notório que um procedimento licitatório como este, envolvendo análise técnica criteriosa, causa certos embaraços nas administrações públicas que dão andamento ao certame. Isto porque é exigido um julgamento correto e justo da Subcomissão Técnica, e quando isso deixa de ocorrer, há uma profusão de recursos administrativos, cada qual com as suas razões. Assim, diante de tantos recursos, sugerimos aos envolvidos neste processo - Comissão de Licitações da Prefeitura, Subcomissão Técnica, Departamento Jurídico - que façam a tal análise criteriosa. Percebam o quanto a proposta da **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** é mais desenvolvida e abrangente. E percebam, principalmente, que nada, **ABSOLUTAMENTE NADA**, foi alegado contra a proposta da **ÔMEGA**.



Nenhum tipo de alegação ou acusação foram levantadas contra a ÔMEGA COMUNICAÇÃO de forma tempestiva. Obviamente porque a proposta da ÔMEGA COMUNICAÇÃO é cumpridora das regras editalícias, estando correta em todos os seus envelopes.

*• A ÔMEGA COMUNICAÇÃO APRESENTOU TODOS OS CUSTOS PARA CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DA CAMPANHA;*

*• A ÔMEGA COMUNICAÇÃO ESTABELECEU UM PLANO DE MÍDIA PARA ALCANÇAR A DIVULGAÇÃO NO ESTADO DE SANTA CATARINA, MAS PRIORIZANDO A ABRANGÊNCIA LOCAL E REGIONAL DE JAGUARUNA;*

*• A ÔMEGA COMUNICAÇÃO MOSTROU CONHECIMENTO SOBRE A REALIDADE E AS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DE JAGUARUNA;*

*• A ÔMEGA COMUNICAÇÃO FOI A EMPRESA QUE MAIS UTILIZOU MEIOS, VEÍCULOS E PEÇAS DE MÍDIAS E NÃO MÍDIAS;*

*• A ÔMEGA COMUNICAÇÃO RESPEITOU OS LIMITES PARA NÚMEROS DE PÁGINAS, MARGENS, NUMERAÇÃO, QUANTIDADES DE PEÇAS, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO. NÃO HÁ EXCESSÕES NA PROPOSTA DA ÔMEGA. TUDO ESTÁ CORRETO.*

E assim, mesmo que a Subcomissão Técnica não tenha justificado as razões que fundamentaram as suas avaliações, este fato não mais interfere no resultado final do julgamento técnico, visto que três das quatro empresas participantes devem ser desclassificadas, por afrontas ao edital, conforme breve resumo abaixo:

**A ARILTON AMADOR deverá ser desclassificada** por ter praticado plágio de uma campanha existente na cidade de Balneário Camboriú; por ter extrapolado o limite de uma campanha na apresentação de seu repertório (Nível dos Trabalhos); por ter apresentado uma série de informações inverídicas (relacionadas à Balneário Camboriú e não Jaguaruna) em seu Raciocínio Básico; por não ter apresentado o detalhamento das inserções e quantidades na Estratégia de Mídia e Não Mídia; e por não ter apresentado os custos de criação e de produção para todas as peças propostas na campanha.

**A BLUE PROPAGANDA deverá ser desclassificada** por ter extrapolado o limite de uma campanha na apresentação do seu repertório (Nível dos Trabalhos); por ter ocultado o custo de criação de slogan; por não ter apresentado os envelopes B e C com assinatura na última página; e também por não ter apresentado todos os custos para criação e produção dos banners de internet.



**A ALVO GLOBAL deverá ser desclassificada** por ter descumprido as margens estabelecidas para formatação do Envelope A; por ter apresentado custo inferior para criação do spot de rádio com enredo; por não ter apresentado o custo para criação do slogan; por ter ocultado os custos para produção e veiculação de 5 (cinco) dos 25 (vinte e cinco) outdoors propostos; e por ter determinado erroneamente a praça de veiculação para veiculação do Comercial de TV.

**Resumindo:** por mais que tenha havido uma quantidade elevada de recursos administrativos, a decisão da Prefeitura de Jaguaruna não é tão difícil quanto parece. Basta analisar todas as alegações, de todos os recursos, e verificar que tratam-se todas elas de fatos verdadeiros, comprovando os deslizes cometidos pelas empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA, BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA e ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, os quais obrigam a desclassificação dessas supracitadas licitantes, com base nas regras do edital e das leis que regem o procedimento licitatório.

O fato de alçar a empresa **ÔMEGA COMUNICAÇÃO** à primeira colocação do certame não seria nenhuma injustiça, visto que foi a **ÔMEGA COMUNICAÇÃO a empresa que apresentou a proposta mais completa, mais abrangente, inclusive sendo a única totalmente de acordo com os termos do edital e das Leis nº 12.232/2010 e 8.666/93.**

Assim sendo, concluindo as contrarrazões recursais, vamos aos requerimentos.

## **4. DOS REQUERIMENTOS**

### **REQUER-SE**

1. O recebimento do presente **RECURSO ADMINISTRATIVO DE CONTRARRAZÕES**, o qual esclarece ainda mais os fatos acerca da Concorrência Pública nº 01/2018, realizada pela **Prefeitura de Jaguaruna**, bem como confirma a necessidade de desclassificação das empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA, BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA e ALVO GLOBAL PROPAGANDA;**

2. Que sejam então confirmadas as desclassificações das empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA, BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA e ALVO GLOBAL PROPAGANDA**, por terem estas empresas descumprido uma série de itens do edital de licitação, determinantes para a quebra da competitividade e da isonomia entre os licitantes, deixando de apresentar todos os custos da campanha, e corroborando ainda para identificar as suas propostas, diferenciando-se das demais, conforme protocolamos em recurso administrativo no dia 25 de maio de 2018;

3. Que se estabeleça a classificação final após o julgamento da proposta técnica e da expiração dos prazos recursais desta fase, aí já desclassificando as empresas **ARILTON AMADOR PROPAGANDA, BLUE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** e **ALVO GLOBAL PROPAGANDA**, por terem desobedecido às regras do edital. A classificação do certame tende a colocar a empresa **ÔMEGA COMUNICAÇÃO em PRIMEIRO LUGAR, com 87,70 pontos obtidos na avaliação da Proposta Técnica da Concorrência nº 01/2018, realizada pela Prefeitura de Jaguaruna.**

Outrossim, que as decisões da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica sejam encaminhadas para a Autoridade Superior, excelentíssimo senhor Edenilson Montini da Costa, Prefeito Municipal de Jaguaruna, para a sua avaliação dos procedimentos.

O pedido merece o devido acatamento jurídico, para que assim mantenha-se a legalidade típica das instituições democráticas de direito, bem como, dos princípios constitucionais e administrativos que norteiam o processo licitatório e todas as leis editalícias, cabendo, inclusive, a avaliação do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, caso necessário.

Imbituba, Santa Catarina, 05 de junho de 2018.



João Batista Freitas Domingos

Sócio-Administrador / Representante Legal da Empresa

**ÔMEGA COMUNICAÇÃO LTDA-EPP**

**CNPJ: 10.761.785/0001-79**