

À

Comissão de Licitação do Município de Jaguaruna-SC.

LICITAÇÃO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA - ME,
pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ n.º
07.001.536/0001-70, estabelecida na Rua Senador Salgado filho, n.º
144, sala 301, bairro Cidade Alta, na cidade de Bento Gonçalves/RS,
CEP 95700-360, vêm por seus procuradores, tempestivamente, à
presença de Vossas Senhorias, apresentar

CONTRARRAZÕES

ao RECURSO ADMINISTRATIVO interposto por **Ômega
Comunicação Ltda - EPP**, o que faz declinando os motivos de seu
inconformismo conforme será articulado adiante.

Em 12/09/2018, a recorrente **Ômega Comunicação Ltda - EPP**, interpôs recurso
administrativo, contra a classificação da empresa **ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E
PROPAGANDA LTDA - ME**, novamente alegando desobediência às normas do edital, e
requerendo a sua desclassificação.



Alegou a recorrente que a recorrida deveria ser desclassificada nesta nova etapa em virtude da avaliação de seus documentos, que seria feita também nesta, o que de fato não é verídico. Isto deve ser considerado totalmente incontroverso e sem lógica, pois não faria sentido a comissão avaliadora desclassificar outras duas concorrentes em uma etapa da licitação e avaliar e desclassificar a recorrida em outra etapa por parecidos supostos erros, mesmo que a empresa tivesse cometido tais erros.

Ocorre que, além da recorrida não ter cometido erro algum, a recorrente explana argumentos brandos e sem provas no pedido de desclassificação da empresa Alvo Global, alegando apenas questões já julgadas as quais em nenhum momento seriam reavaliadas em outra etapa do certame.

Em virtude da recorrente impor apenas aspectos e pontuações já discutidas e julgadas, o seu recurso torna-se nitidamente intempestivo, uma vez em que a tempestividade não pode ser considerada apenas cumprimento de prazo, mas acompanhado deste, deve ter o fundamento da questão a ser abordada e discutida, logo, para tal objeto, a recorrente não está em tempo hábil para argumentos e recursos.

Acima disso, a COPELI deve observar a má intenção para com o certame por parte da recorrente, visto que a mesma pretende a qualquer custo retirar suas concorrentes da competição, sem visar o bem maior que uma licitação compreende.

Vê-se isto claramente quando a própria recorrente apresentou embargos frente a reconsideração feita pela concorrente Blue Publicidade e Propaganda e o parecer jurídico, onde a comissão de licitações classificou o embargo imposto como **tumulto processual e retardamento do processo**. Senão vejamos:

Quanto aos embargos ao pedido de reconsideração opostos pela empresa ômega, não se vislumbra qualquer direito imputado à petionária. Do mesmo modo, não há ilegalidade ou abuso de poder com relação à embargante. Há ao contrário, **tentativa de tumultuar o procedimento licitatório e indicação de atitudes/decisões pela Comissão Permanente de Licitação**. Neste sentido, compreende-se pelo não conhecimento dos embargos ao pedido de reconsideração, devendo ainda a COPELI **alertar a empresa que suas atitudes devem ser pautadas pela ética profissional não só no exercício de suas atividades, mas também no tratamento com a Administração Pública**, não se permitindo qualquer **tumulto processual e retardamento do encerramento do processo licitatório**. Grifamos.

Resta claro que a recorrente tenta desclassificar a recorrida sem fundamentos e fatos concretos, o que pode ser visto ainda, quando a mesma cita que a recorrida se enquadra no mesmo equívoco em que ela enquadrava a concorrente Blue em seu primeiro recurso, tentando fazer a mesma perder 50% do total de sua nota, sendo:

3 - A verificação de irregularidades nos documentos apresentados acarretará a licitante a penalização referente à perda da metade dos pontos (50% do total) obtidos no cômputo geral da proposta técnica. Irregularidades em documentos obrigatórios implicarão a desclassificação sumária da empresa.

Ocorre que a recorrente novamente não toma conta das simples, mas principais observações.

A concorrente Blue, apesar de ter sido enquadrada por este motivo não foi desclassificada pelo tal, mas sim por ter apresentado mais de uma campanha em seu repertório, o que é passível de desclassificação.

A recorrente cita que a recorrida ainda teria apresentado diversos erros em seus custos, portanto, abaixo a empresa Alvo Global contrarrazoa apresentando seus concretos argumentos provando que nenhuma gafe ou erro foi cometida:

DO CUSTO ERRONEO PARA A CRIAÇÃO DE SPOT DE RÁDIO

Quanto ao custo de criação de um spot, a recorrente entende que a recorrida impôs um modelo com enredo, porém, tal isto não pode ser considerado pelo fato de duas ou mais pessoas falarem no áudio.

A interpretação sobre enredo é pessoal da recorrente, e não pode ser levada em conta.

Considera-se também, a "tabela vigente" do Sinapro/SC uma mera orientação ou uma sugestão, uma vez em que tal órgão não possui legitimidade para imposição de regras ou normas para licitações publicitárias, logo, a apresentação do spot com o preço simples presente na IDEIA CRIATIVA da recorrida é de fato legítima e válida.

DA NÃO APRESENTAÇÃO DO CUSTO DE CRIAÇÃO DO SLOGAN

A recorrente alega também, uma falta de custo de criação do slogan "*Sou de Jaguaruna, é para se orgulhar*", ocorre que, tal frase não é considerada um slogan e sim uma redução de mensagem, conforme solicitado no item 1.3 do anexo IV, senão vejamos:



ANEXO IV – ENVELOPE A, B e C

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 três páginas, tamanho A4 e dentro das demais exigências contidas no item 6.4.3 deste Edital, incluindo (portanto fazendo parte das TRÊS páginas), os exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitados a uma peça por mídia. Vide item 6.6 deste Termo de Referência.

Em nenhum momento o Edital 01/2018 interpreta uma redução de texto como um slogan, no item 1.3 do anexo IV, em nenhum momento lê-se a palavra “slogan”.

DA NÃO APRESENTAÇÃO DE TODOS OS CUSTOS PARA O MEIO OUTDOOR

No tocante à informação de 25 (vinte e cinco) outdoors presentes na Estratégia de Mídia e os 20 (vinte) citados na apresentação dos custos da campanha, é nítido que houve um equívoco no momento da transcrição dos valores, cometido pela recorrida, tanto que, o mesmo foi contabilizado em sua nota no certame, que como pode-se perceber, não é alta, justamente por haver alguma diferença no seu conteúdo que a subcomissão julgou estar em desacordo.

Uma vez em que a empresa já foi penalizada pela comissão, que nitidamente notou o seu equívoco, a mesma não pode ser penalizada mais uma vez com uma desclassificação pois,, efetivando a desclassificação por este motivo, estaria desrespeitando o princípio *Non Bis in idem*, que significa que o mesmo fato não pode ser punido duas ou mais vezes, ou seja, nas esferas penal, civil e administrativa, a parte ativa de um ato ilícito poderá sofrer as sanções na respectiva esfera, somente uma única vez.

DA NÃO APRESENTAÇÃO DOS CUSTOS DE IMAGENS PARA A CAMPANHA

A recorrente alega ainda que a recorrida não apresentou nenhum custo das imagens que seriam utilizadas em sua campanha, o que de fato é verídico, porém, por trás de todo fato há um fundamento, e neste aspecto não poderia ser diferente. A empresa Alvo Global não apresenta os referidos valores porque utiliza para esta campanha imagens de um banco gratuito de imagens publicitárias mais as imagens disponibilizadas pela própria prefeitura do município de Jaguaruna, visto que não é necessária a aquisição de mais imagens ou talvez a contratação de fotógrafos para a campanha, isto pode ser considerado um gasto supérfluo quando se faz presente um vasto material gratuito para o plano de comunicação.

A recorrida chama atenção também para a inobservância da recorrente quanto aos pedidos solicitados que representam os valores referentes a custos de criação e produção, citando que a Alvo Global desrespeita o Item 6 (seis) do Anexo I do Edital 01/2018, sendo que, o Anexo I do Edital 01/2018 não possui em seu corpo nenhum Item 6. Acreditamos que neste ponto a recorrente quis se referir ao Item 6 do Anexo II, e não do Anexo I, se equivocando inclusive em seu recurso.

Ocorre que, ao incluir todos os valores e os pedidos requeridos, tais como diferença no valor do spot, acréscimo no valor do slogan mais os 5 (cinco) outdoors faltantes, a recorrida ainda assim não ultrapassaria o valor da verba total que é de R\$ 300.000,00 (conforme normas editalícias) e nem o valor da proposta da recorrente e, apesar de comprovados e contrarrazoados os pedidos da requerente, ainda assim a empresa Alvo Global não obteria nenhuma vantagem com estes possíveis erros, e mais uma vez, os mesmos não são motivos para uma possível desclassificação ou diminuição de pontuação. Abaixo, descrição do Item 6 do Anexo II.

"A proposta técnica deverá ser desenvolvida no valor de até: **R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)**. Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência, estão contidos na verba destinada para a campanha."

Apenas para resguardos de direitos, a recorrida se impõe no dever de apontar erros cometidos pela empresa Ômega, estes os quais fazem sentido e possuem peso real sobre a sua pontuação, abaixo breve explicação de seus equívocos.

Nas tabela da proposta de mídia da Ômega, em uma análise superficial, encontramos dois erros grosseiros, eles utilizaram dois valores de veículos errados. Vejamos:

- Para a UNISUL TV TUBARÃO, a recorrente utilizou o valor unitário de R\$ 550,00 por inserção de 30 segundos indeterminada, sendo que o correto é R\$ 670,00 (tabela em anexo). Essa diferença aumentaria o valor total investido na TV em R\$ 3.600,00;
- Para o Jornal Diário do Sul, a recorrente considerou o valor de R\$ 8.568,00 por anúncio de 1/2 página, sendo que o correto é R\$ 10.692,00 (tabela em anexo). Essa diferença aumentaria o valor investido no jornal em R\$ 2.124,00.

Se acrescentarmos essas duas diferenças ao total dos custos de mídia apresentados pela Ômega (R\$ 299.931,53 – página 9 de seu plano de comunicação), chegaríamos ao total de R\$ 305.655,53, ultrapassando o valor máximo de 300 mil reais estipulados pelo item 6 do briefing.

Este erro sim seria passível de desclassificação, ao contrário do possível erro que a recorrida cometeu, pois mesmo incluindo os custos teoricamente faltantes, esta não ultrapassaria o valor total de 300 mil reais.

Assim sendo, nota-se imperioso que o recurso da recorrente **Ômega Comunicação Ltda - EPP**, seja julgado totalmente improcedente, pelos fatos e argumentos expostos.

1. DO PEDIDO

Diante do exposto, requer respeitosamente que as presentes contrarrazões:

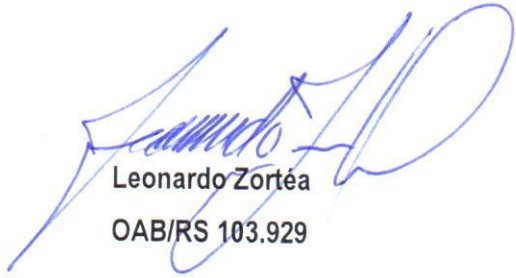
- a) sejam RECEBIDAS pela **COMISSÃO DE LICITAÇÕES** por serem legítimas e tempestivas;
- b) seja julgado **TOTALMENTE IMPROCEDENTE** o recurso, a fim de que a **AUTORIDADE SUPERIOR mantenha as decisões anteriormente tomadas, em favor da RECORRIDA, referentes aos assuntos pleiteados pela recorrente.**

Termos em que espera deferimento.

Bento Gonçalves, RS, 21 de setembro de 2018.

Marcos Fracalossi
OAB/RS 72.394

Cesar Tomasi
OAB/RS 83.242



Leonardo Zortea
OAB/RS 103.929