

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE
LICITAÇÃO DO CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO AMAZONAS –
COREN/AM**

Ref. Concorrência nº 001/2019

Processo Administrativo PAD nº 380/2019

Objeto: Recurso contra o julgamento das propostas técnicas

 Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas	
PROTOCOLO DE ENTRADA	
Nº	758
DOC:	11/02/2020
HORA	12:05 hs
Ass:	JNCRD

ANTONIO FERNANDES BARROS LIMA JÚNIOR – DIGITAL COMUNICAÇÃO, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ 06.149.812/0001-80, com estabelecimento na Rua Estrela Sirius, Nº 09, Conjunto Morada do Sol, Bairro Aleixo, Manaus/AM, CEP 69060-094, vêm, perante Vossa Excelência, por intermédio de seu representante legal infra-assinado, **TEMPESTIVAMENTE** e, respeitosamente a presença de Vossa Senhoria para interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face do resultado da análise e do julgamento das **PROPOSTAS TÉCNICAS**, apresentada por esta comissão através da publicação oficial em 04 de fevereiro de 2020, com os fatos e motivos que passa a expor e ao final requerer:

1. DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE

De início necessário comprovar o cabimento e a tempestividade do presente recurso administrativo, que acabam por se entrelaçar de acordo com a redação do edital.

Estabelece o item 22 do instrumento convocatório que caberá recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis contra decisão de habilitação ou inabilitação no certame:

22.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita

dirigida ao Presidente do Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, no endereço mencionado no subitem 2.1.

No dia 31 de janeiro de 2020 ocorreu a segunda sessão da concorrência pública nº 001/2019. Na ocasião, o presidente da Comissão Especial de Licitação cortejou o conteúdo dos envelopes nº 2 com as propostas técnicas apócrifas, elaborou planilha geral de pontos e proclamou o resultado geral da proposta técnica, conforme o que segue:

- 1º Lugar: R2 Comunicação LTDA - pontuação de 95,37
- 2º Lugar: Antônio Fernandes Barros Lima Junior - pontuação de 80,03.

No dia 3 de fevereiro, o presidente da Comissão Especial de Licitação tornou público um ofício no site da instituição no qual divulgou a ocorrência da segunda sessão da concorrência e, ao final do mesmo, a orientação quanto ao prazo para interposição de recurso que estaria aberto após a publicação do resultado nos meios oficiais que deveria ocorrer no dia 4 de fevereiro de 2020.

Sendo a publicação oficial datada do dia 4 de fevereiro, o prazo recursal de 5 (cinco) dias úteis começou a contar a partir do dia 5 de fevereiro e, tendo seu término em 11 de fevereiro.

Diante do exposto, cabe este recurso totalmente tempestivo.

2. DOS FATOS

A Comissão Especial de Licitação, no dia 31 de janeiro de 2020, proclamou o resultado do julgamento realizado pela subcomissão técnica a cerca das propostas técnicas (envelopes 1 e 3) das empresas licitantes participantes da concorrência nº 001/2019 que tem por objeto a contratação de 1 (uma) agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o

estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias ou de informar o público em geral.

No ato estão classificadas da seguinte forma:

1º Lugar: R2 Comunicação LTDA - pontuação de 95,37

2º Lugar: Antônio Fernandes Barros Lima Junior - pontuação de 80,03

Ocorre que, em análise aos documentos apresentados pela empresa R2 Comunicação identificou-se diversos **pontos em desacordo com o edital** aos quais não foram julgados em conformidade com as exigências da Lei.

Sendo o Edital da concorrência a lei máxima a ser seguido e, amparado pelos ritos da lei 12.232 e 8.666, vimos respeitosamente através deste tornar público pontualmente todas as exigências do Edital nas quais **deixaram de ser cumpridas pela empresa R2 Comunicação LTDA**, juntamente com as inconsistências na avaliação da proposta técnica da referida licitante.

3. DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

Cumprе destacar primeiramente que o item 1.2 do Edital da presente concorrência é claro ao informar as Leis as quais se aplicam os procedimentos licitatórios na forma de sua contratação:

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime da **Lei nº. 12.232, de 29/04/2010**, aplicando-se, de forma complementar, as Leis nº. 4.680, de 18/06/1965, e nº. **8.666, de 21/06/1993**. (grifo nosso)

Como efeito válido, apresenta-se a seguir os fundamentos legais que balizam o julgamento e processamento das licitações públicas.

Art. 3º da Lei 866/93:

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

A lei acima grifada impõe um limite claro à administração pública na análise das propostas, não podendo a administração pública avaliar aquilo que não consta expressamente no Edital e seus anexos.

Em simples leitura ao artigo da lei acima referenciado não restam dúvidas que a licitação deve ser processada e julgada em estrita conformidade com a vinculação ao instrumento convocatório.

Em complemento, a Lei 12.232 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, conforme o que segue:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Art. 6º

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão **realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório** (grifo nosso)

Acrescenta-se ainda a Instrução Normativa 03 de 20 de abril de 2018 publicada no Diário Oficial da União, que trás: “Disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo federal” no que segue abaixo:

Art. 15. O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame **serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório**, observadas as características procedimentais do tipo de licitação escolhido pelo anunciante, "melhor técnica" ou "técnica e preço". (grifo nosso)

Art. 19. O edital determinará que:

I - o plano de comunicação publicitária será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria;

II - será vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

III - será vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro

elemento que conste do plano de comunicação publicitária, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

IV - será desclassificada a licitante que descumprir o disposto nos incisos I, II e III deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório; (grifo nosso)

Art. 20. O edital ainda conterá:

I - os conteúdos dos quesitos e subquesitos a serem apresentados pelas licitantes na proposta técnica;

II - os critérios de julgamento e a pontuação atribuível a cada quesito e subquesito a serem considerados pela subcomissão técnica; (grifo nosso)

A análise às Lei nº. 12.232, de 29/04/2010 e nº. 8.666, de 21/06/1993 que trata das licitações públicas deveria ser suficientemente balizadora de todos atos e julgamentos da administração pública durante o processo licitatório. Ainda assim, para que não restam dúvidas, vejamos mais algumas menções das referidas Leis:

O artigo 41 da Lei 8.666/93 preceitua que, a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada. É certo que o edital é lei tanto para as licitantes quanto para o órgão e deve ser seguido à risca.

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

Já o artigo 48 da referida Lei preceitua que impreterivelmente deva ocorrer a desclassificação da licitante que não atender as exigências do ato convocatório.

Art. 48. Serão desclassificadas:

I - as propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação. (grifo nosso)

Notem que no Artigo 48 não há margem para qualquer interpretação adicional e nem mesmo brechas para casos pontuais e isolados.

A vinculação ao Edital é o princípio básico de toda e qualquer licitação. O Edital existe de forma a limitar os procedimentos e atos praticados no procedimento licitatório, uma vez que o instrumento é a Lei interna da licitação e a ele deve se ater o administrador público durante todo o certame.

Em simples análise ao edital demonstra-se itens aos quais devem se ter atenção pois são norteadores do certame e principalmente da conduta a ser tomada pela Administração:

12.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;**
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4 (grifo nosso)

Precipita-se indicando que os apontamentos da lei não induzem a interpretações distorcidas da realidade e nem mesmo referem-se a casos de “meros formalismos” pelo simples fato de que o processamento do procedimento licitatório não deva ser conduzido a revelia e fora dos limites da lei e das exigências do Edital.

Segundo Lucas Rocha Furtado, Procurador-Geral do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas da União, o instrumento convocatório:

É a lei do caso, aquela que irá regular a atuação tanto da administração pública quanto dos licitantes. Esse princípio mencionado no artigo 3º da Lei de Licitações e enfatizado pelo

artigo 41 da mesma lei que dispõe que a administração **não pode descumprir as normas e condições do edital**, ao qual se acha estritamente vinculada. (Curso de Direito Administrativo, 2007, p.416).

O renomado jurista MARÇAL JUSTEN FILHO, decorre sobre a estrita vinculação da Administração ao edital:

“[...] O descumprimento a qualquer regra do edital deverá ser reprimido, inclusive através dos instrumentos de controle interno da Administração Pública. Nem mesmo o vício do edital justifica a pretensão de ignorar a disciplina por ele veiculada. Se a Administração reputar viciadas ou inadequadas as regras contidas no edital, não lhe é facultado pura e simplesmente ignorá-las ou alterá-las [...]”.

“O instrumento convocatório cristaliza a competência discricionária da Administração, que se vincula a seus termos. Conjugando a regra do art. 41 com aquela do art. 4º, pode-se afirmar a estrita vinculação da Administração ao edital, seja quanto a regras de fundo quanto àquelas de procedimento. Sob um certo ângulo, o edital é o fundamento de validade dos atos praticados no curso da licitação, na acepção de que a desconformidade entre o edital e os atos administrativos praticados no curso da licitação se resolve pela invalidade destes últimos. Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação. Viola princípios norteadores da atividade administrativa, tais como a legalidade, a moralidade, a isonomia. O descumprimento a qualquer regra do edital deverá ser reprimido, inclusive através dos instrumentos de controle interno da Administração Pública. Nem mesmo o vício do edital justifica pretensão de ignorar a

disciplina por ele vinculada. Se a Administração reputar viciadas ou inadequadas as regras contidas no edital, não lhe é facultado pura e simplesmente ignorá-las ou alterá-las.”

Com finalidade de reafirmar os pontos apresentados, deve-se observar algumas jurisprudências as quais se referem ao assunto tratado:

Assim entende o Tribunal de Contas da União:

Acórdão 4091/2012 - Segunda Câmara

REPRESENTAÇÃO. PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇO. EXIGÊNCIA DE ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA EM PERCENTUAL MÍNIMO DE 50% PARA TODOS OS ITENS LICITADOS. ILEGALIDADE. ACEITAÇÃO DE ATESTADOS DOS VENCEDORES EM DESACORDO COM O PRÓPRIO EDITAL. **MALFERIMENTO DOS PRINCÍPIOS DA ISONOMIA E DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. APLICAÇÃO DE MULTA AOS RESPONSÁVEIS. DETERMINAÇÕES. PEDIDO DE REEXAME.** CONHECIMENTO. NEGATIVA DE PROVIMENTO (Grifo nosso).

Sobre o mesmo assunto, o Tribunal Regional Federal assim entende:

Conjugando a regra do art. 41 com aquela do art. 4º [Lei nº 8.666/93], pode-se afirmar a estrita vinculação da Administração ao edital, seja quanto a regras de fundo quanto àquelas de procedimento. (...) **O descumprimento a qualquer regra do edital deverá ser reprimido**, inclusive através dos instrumentos de controle interno da Administração Pública. Nem mesmo o vício do edital justifica a pretensão de ignorar a disciplina por ele

veiculada. Se a Administração reputar viciadas ou inadequadas as regras contidas no edital, não lhe é facultado pura e simplesmente ignorá-las ou alterá-las (...)"(Justen Filho, Marçal; Comentários à lei de licitações e contratos administrativos; 8ª ed., São Paulo, Dialética, comentários ao art. 41, pgs. 417/420). A conduta da Administração na condução do pleito foi de estrita observância e vinculação ao edital, sendo o direito prejudicado pertencente a terceiro que não observou as prescrições editalícias, sendo descabida a pretensão de beneficiar-se de sua desídia. (AC 200232000009391 – TRF 1)

O TRF1 já decidiu que a Administração deve ser fiel ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório (AC 199934000002288):

“Pelo princípio da vinculação ao instrumento convocatório, à Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada (Lei nº 8.666/93, art. 3º, 41 e 43, I). O edital é a lei da licitação. Apesar do procedimento ter suas regras traçadas pela própria Administração, não pode esta se furtar ao seu cumprimento, estando legalmente vinculada à plena observância do regramento”.

Resta evidente que as regras da licitação são inalteráveis durante todo o procedimento licitatório, cabendo a Administração zelar pelo cumprimento total e irrestrito de todos os itens do edital e seus anexos.

Ao que cabe o julgamento das propostas apresentadas pelas licitantes, a Administração deve atender a todos os critérios fixados por ela mesma no Edital e seus anexos, evitando-se, assim, o subjetivismo na apreciação das propostas e preterição de concorrente.

Fica evidente que a Administração fica totalmente vinculada ao seu instrumento convocatório. E, o fato do seu descumprimento fere a própria razão de se ter uma licitação. Não pode de forma alguma a Comissão de Licitação desprezar as regras fixadas no edital do certame e deixar de julgar conforme regras e normas previamente estabelecidas.

Como efeito válido, em conjunto com todo exposto acima a respeito da obrigatoriedade da Administração na vinculação ao Edital de todos os atos da concorrência pública, leva-se a conhecimento o que segue abaixo

4. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA APRESENTADA PELA LICITANTE R2 COMUNICAÇÃO

A) DA IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA APÓCRIFA ANTES DA ABERTURA DO INVÓLUCRO 2

Durante análise aos documentos apresentados nos invólucros 1 e 3 pela Licitante R2 Comunicação LTDA observou-se claramente que a proposta apócrifa, contida no invólucro 1 estava evidentemente **IDENTIFICADA**.

Explica-se:

Conforme demonstrado, através de fotos tiradas das propostas apresentadas pela referida licitante, é claro e notório que fora cometido um **ERRO GRAVE E INSANÁVEL**, no qual a licitante **IDENTIFICOU SUA PROPOSTA APÓCRIFA** quando apresentou da mesma forma, marca e modelo os seus CDS/ DVDS nos documentos de sua ideia criativa, dentro do invólucro 1, e também dentro de seu Repertório.

Apresenta-se a seguir a comparação dos materiais utilizados de forma a **COMPROVAR A CLARA IDENTIFICAÇÃO**.



A licitante R2 Comunicação apresentou em sua ideia criativa: 1 DVD com o comercial de TV 30'' e 1 CD com spot de rádio 30''

Demonstra-se abaixo as especificações do DVD e CD utilizados dentro do INVÓLUCRO 1:

DVD - contendo o comercial - da Marca Multilaser – 4.7gb – DVD R – sem etiqueta

CD - contendo o Spot - da Marca Multilaser – 700mb – CD R – sem etiqueta

Da mesma forma, a licitante R2 Comunicação apresentou em seu REPERTÓRIO:

DVD - contendo peça 1 - da Marca Multilaser – 4.7gb – DVD R – sem etiqueta

DVD - contendo peça 2 - da Marca Multilaser – 4.7gb – DVD R – sem etiqueta

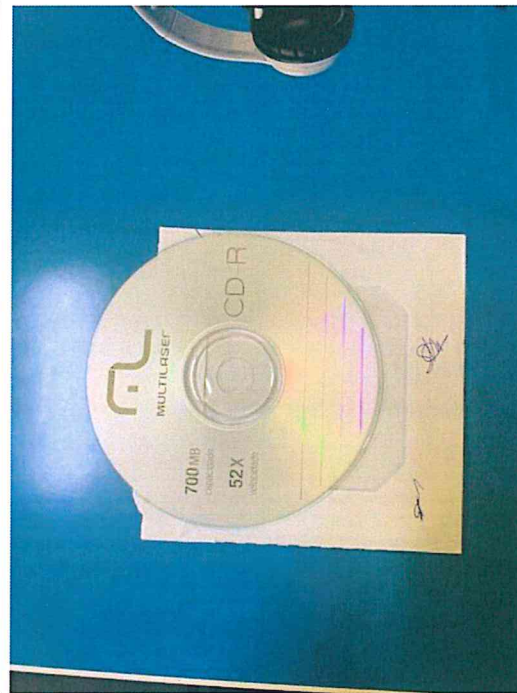
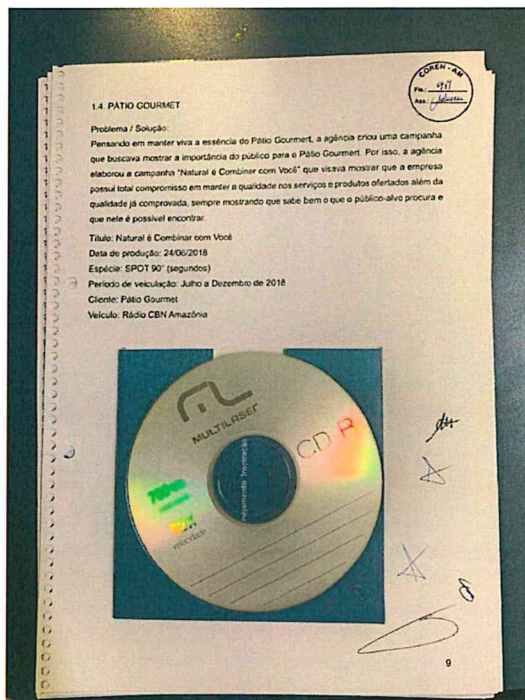
DVD - contendo peça 3 - da Marca Multilaser – 4.7gb – DVD R – sem etiqueta

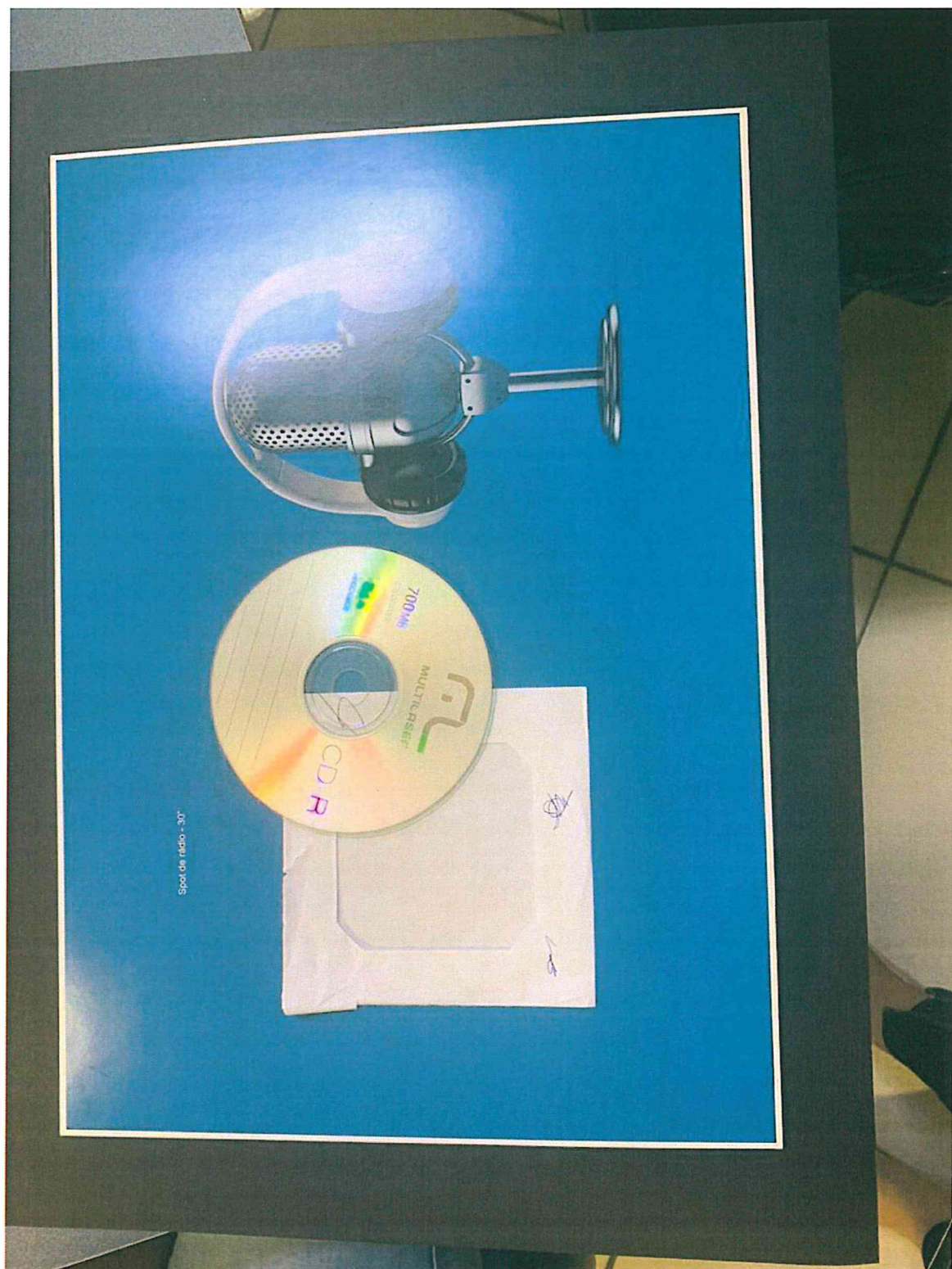
CD - contendo peça 4 - da Marca Multilaser – 700mb – CD R – sem etiqueta

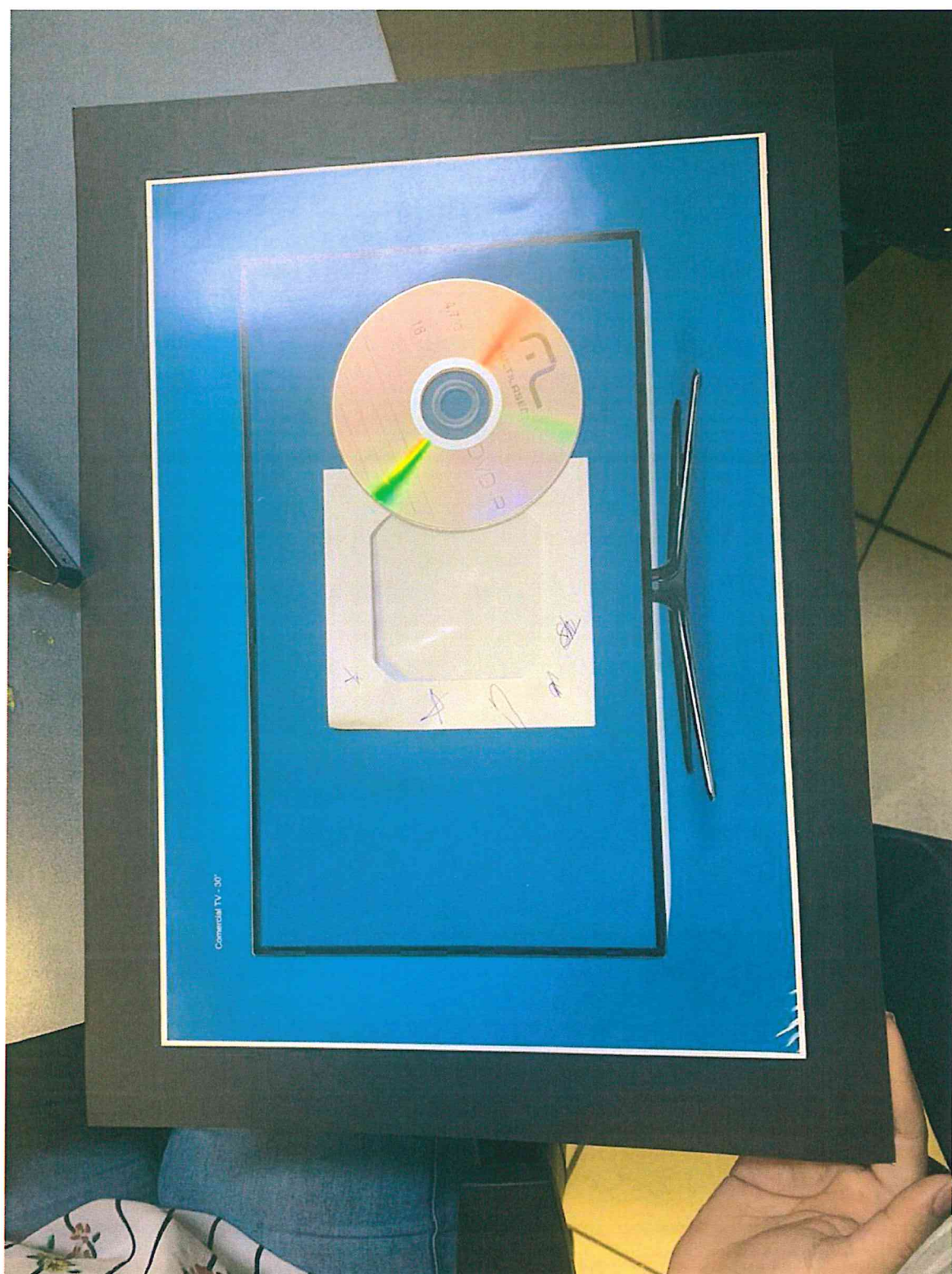
CD - contendo peça 5 - da Marca Multilaser – 700mb – CD R – sem etiqueta

Em simples comparação é notória que ambos CDS e DVDs foram apresentados da mesma forma, de mesma marca, modelo, especificações e sem etiquetas, possibilitando a sua identificação antes da abertura do Invólucro 2.

NO MOMENTO DA ANÁLISE DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – INVÓLUCRO 1 E 3 – FICA EVIDENTE A IDENTIFICAÇÃO DA AUTORIA DA PROPOSTA APÓCRIFA DA LICITANTE R2, OBSERVA-SE:







1.4. PÁTIO GOURMET

Problema / Solução:

Pensando em manter viva a essência do Pátio Gourmet, a agência criou uma campanha que buscava mostrar a importância do público para o Pátio Gourmet. Por isso, a agência elaborou a campanha "Natural é Combinar com Você" que visava mostrar que a empresa possui total compromisso em manter a qualidade nos serviços e produtos ofertados além da qualidade já comprovada, sempre mostrando que sabe bem o que o público-alvo procura e que nele é possível encontrar.

Título: Natural é Combinar com Você

Data de produção: 24/06/2018

Espécie: SPOT 90" (segundos)

Período de veiculação: Julho a Dezembro de 2018

Cliente: Pátio Gourmet

Veículo: Rádio CBN Amazônia



1.3. NOVA ERA SUPERATACADO

Problema / Solução:

O Nova Era Superatacado buscava fazer frente a concorrência em relação aos preços e, para isso, era preciso chamar a atenção do público-alvo de alguma forma criativa. Como solução a agência criou a campanha "Para Tudo", onde não importava a situação, todo mundo pararia o que estava fazendo para aproveitar. De forma criativa criamos um VT onde é retratado um casamento, devido a sua importância. Após o padre declarar que os noivos poderiam se beijar, a cena era interrompida para uma chamada da campanha que quebrava o clima e apresentava grandes ofertas.

Título: Para Tudo

Data de produção: 12/03/2018

Espécie: VT 30" (segundos)

Período de veiculação: Abril a Outubro de 2018

Cliente: Nova Era

Veículo: Tv Amazonas



[Handwritten signatures and marks]

7

1.1. PÁTIO GOURMET

Problema / Solução:

O Pátio Gourmet queria quebrar um tabu criado onde era caracterizado como um supermercado voltado apenas a classe A, onde a realidade era que ele atendia todas as classes. Por isso a agência elaborou a campanha "Compras do Dia a Dia" que mostrava que no Pátio era possível encontrar produtos não somente para ocasiões especiais, mas sim para o dia a dia, ajudando a desvincular a visão do grande público onde o Pátio era um supermercado elitizado.

Título: Compras do Dia a Dia

Data de produção: 23/04/2018

Espécie: VT 30" (segundos)

Período de veiculação: Maio a Agosto de 2018

Cliente: Pátio Gourmet

Veículo: Tv Amazonas



3

1.2. NOVA ERA SUPERATACADO

Problema / Solução:

No segundo semestre de 2017, o Nova Era Superatacado solicitou a agência uma campanha que envolvesse ações de guerrilha afim de impulsionar ainda mais as vendas, além de fortalecer a marca perante o público-alvo. Pensando nisso, a agência desenvolveu a campanha "Oferta Porrada" que tinha como intuito mostrar que as ofertas do Nova Era eram imbatíveis. Para isso, a campanha contou com os lutadores José Aldo e Adriano Martins, ambos do UFC, como garotos propaganda. Tudo para dar mais ênfase ao tema da campanha.

Título: Ofertas Porrada

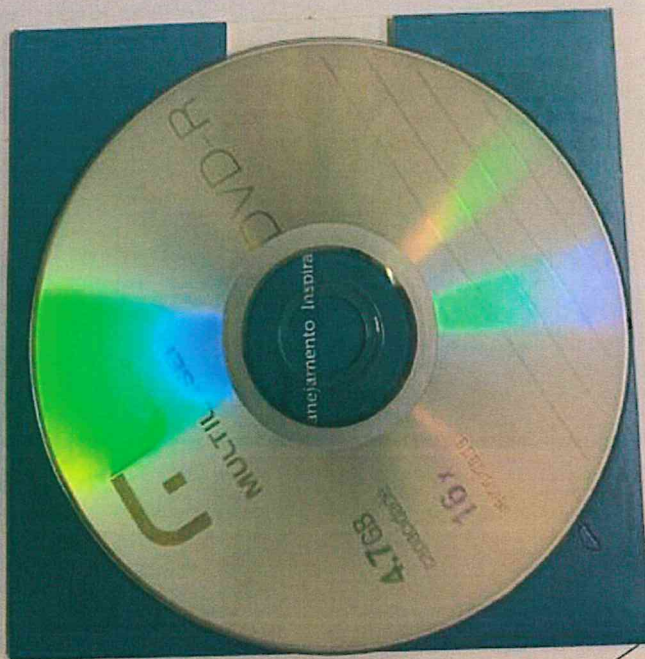
Data de produção: 06/07/2017

Espécie: VT 30" (segundos)

Período de veiculação: Agosto a Dezembro de 2017

Cliente: Nova Era

Veículo: Tv Amazonas



O Edital é claro quanto as providencias a serem tomadas pelas licitantes de forma a não identificar suas propostas apócrifas antes da abertura do invólucro 2. Vejamos inúmeras citações no presente edital que reiteram a proibição na identificação das propostas apócrifas antes da abertura do invólucro 2, sob pena de desclassificação imediata, conforme o que segue:

9.1.1.3. Para preservar, até a abertura do Envelope nº. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope nº. 1 **NÃO** poderá:

a)ter nenhuma identificação;

b)apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c)estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.1.3.3.O Envelope nº. 3 **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2. O não atendimento as exigências do edital por si só já é motivo suficientes para a desclassificação da proposta da licitante que não o cumprir, entretanto, de forma a contribuir ao esclarecimento da exigência vejamos o que diz a Lei quanto ao fato da licitante R2 Comunicação ter identificado a sua proposta antes da abertura do invólucro2.

11.2.5.O Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 **NÃO** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente **NÃO** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente **NÃO** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

Em simples leitura ao edital não restam dúvidas que é expressamente proibida a informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

O Edital ainda é claro quanto a penalidade sobre a licitante que deixar de cumprir qualquer exigência do edital

12.4. Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4 (grifo nosso)

O Edital por si só já deveria possuir embasamento bastante para desclassificar qualquer licitante que DEIXE DE CUMPRIR QUALQUER UMA DE SUAS EXIGÊNCIAS contidas em seus inúmeros itens, ainda mais em se tratando de um erro extremamente insanável como a identificação da proposta apócrifa. Entretanto, para solidificar a grave penalidade cometida pela empresa R2 Comunicação, traz-se o que diz a lei a respeito da licitante que identificar a autoria de sua proposta apócrifa antes da abertura dos invólucros 2.

A Lei 12.232 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, conforme o que segue:

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

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

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

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

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

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

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

(grifo nosso)

Acrescenta-se ainda a Instrução Normativa 03 de 20 de abril de 2018 publicada no Diário Oficial da União, que trás: “Disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo federal” no que segue abaixo:

Art. 15. O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame **serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório**, observadas as características procedimentais do tipo de licitação escolhido pelo anunciante, "melhor técnica" ou "técnica e preço". (grifo nosso)

Art. 19. O edital determinará que:

I - o plano de comunicação publicitária será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria;

II - será vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

III - será vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do plano de comunicação publicitária, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

IV - será desclassificada a licitante que descumprir o disposto nos incisos I, II e III deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório; (grifo nosso)

Levamos também ao conhecimento desta comissão que esta mesma licitante, R2 Comunicação, cometeu EXATAMENTE o mesmo erro durante a concorrência pública para agência de publicidade do Governo de Roraima - **apresentou sem etiquetas os CD dos invólucros 1 e 3 e os CDs apresentavam a mesma marca, modelo e mesma forma de apresentação.**

O erro foi identificado e licitante R2 Comunicação foi sumariamente desclassificada. Apresentamos ata da referida concorrência na qual é mencionado o erro e a punição de desclassificação.



Governo do Estado de Roraima
"Amazônia: patrimônio dos brasileiros"

ATA DA SESSÃO DE ABERTURA DA LICITAÇÃO PÚBLICA - CONCORRÊNCIA PÚBLICA
Nº 001/2019, MELHOR TÉCNICA
PROCESSO Nº: 13104.04331/19-77 (SECOM)

Aos três dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e vinte, às nove horas, na sala de reunião da CPL/RR, avenida Nossa Senhora da Consolata, nº 472 - Centro - Boa Vista/RR reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação do Governo do Estado de Roraima, sob a presidência da Vossa Senhoria MARILIA PADILHA PIRES e os membros: EVANEIDE TIMBÓ BEZERRA, BENISSON COSTA DE CARVALHO e WALTER LEITE JUNIOR, conforme Decretos nº 1625-P, de 30/08/2019, 028-P, de 01/02/2019, 51-P, de 11/01/2019 e 01677-P, de 09/09/2019 para a abertura dos trabalhos relativos à licitação supracitada, cujo objeto é a "Contratação de serviços de publicidade a serem prestados por 2 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse, por intermédio desta SECOM", de acordo com as especificações técnicas exigidas no Edital. Declarada aberta a sessão, verificou-se a presença das seguintes empresas abaixo:

Ato contínuo procedeu-se o Credenciamento dos representantes legais das licitantes, de acordo com as exigências do item 7 - DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES do Edital. Após análise dos respectivos documentos de identificação, constatou-se que os licitantes abaixo, encontravam-se em condições legais para representar as empresas abaixo no procedimento licitatório.

ORDEN	EMPRESA	REPRESENTANTE	CPF N°
01	VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA CNPJ Nº 12.607.387/0001-28	CARLOS FREDERICO SALES DA SILVA	615.676.635-91 RG-BA
02	AG COMUNICAÇÃO LTDA - EPP CNPJ Nº 19.694.323/0001-50	GUILHERME AUGUSTO DO VALLE SIQUEIRA	RG-GO 3128531
03	MENE E PORTELLA PUBLICIDADE LTDA CNPJ Nº 08.530.304/0001-72	NEY BASTOS SOARES JUNIOR	OAB-AM 04336
04	DC 3 COMUNICAÇÃO LTDA - EPP CNPJ 83.774.125/0001-04	CELIO PESSOA SALES	118.554.102-06 CRC-PA- 005357/0-1
05	R2 COMUNICAÇÃO LTDA - EPP CNPJ 07.032.846/0001-52	RICARDO DA SILVA BAGRE	CNH 00312991919

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO ESTADO DE RORAIMA - CPL/RR

Av. Nossa Senhora da Consolata, nº 472 - Centro
Boa Vista | Roraima | Brasil | CEP 69301-011 | 95 2121-7676 - 2121-7667
e-mail: cplroraima@gmail.com



Governo do Estado de Roraima
"Amazônia: patrimônio das gerações"

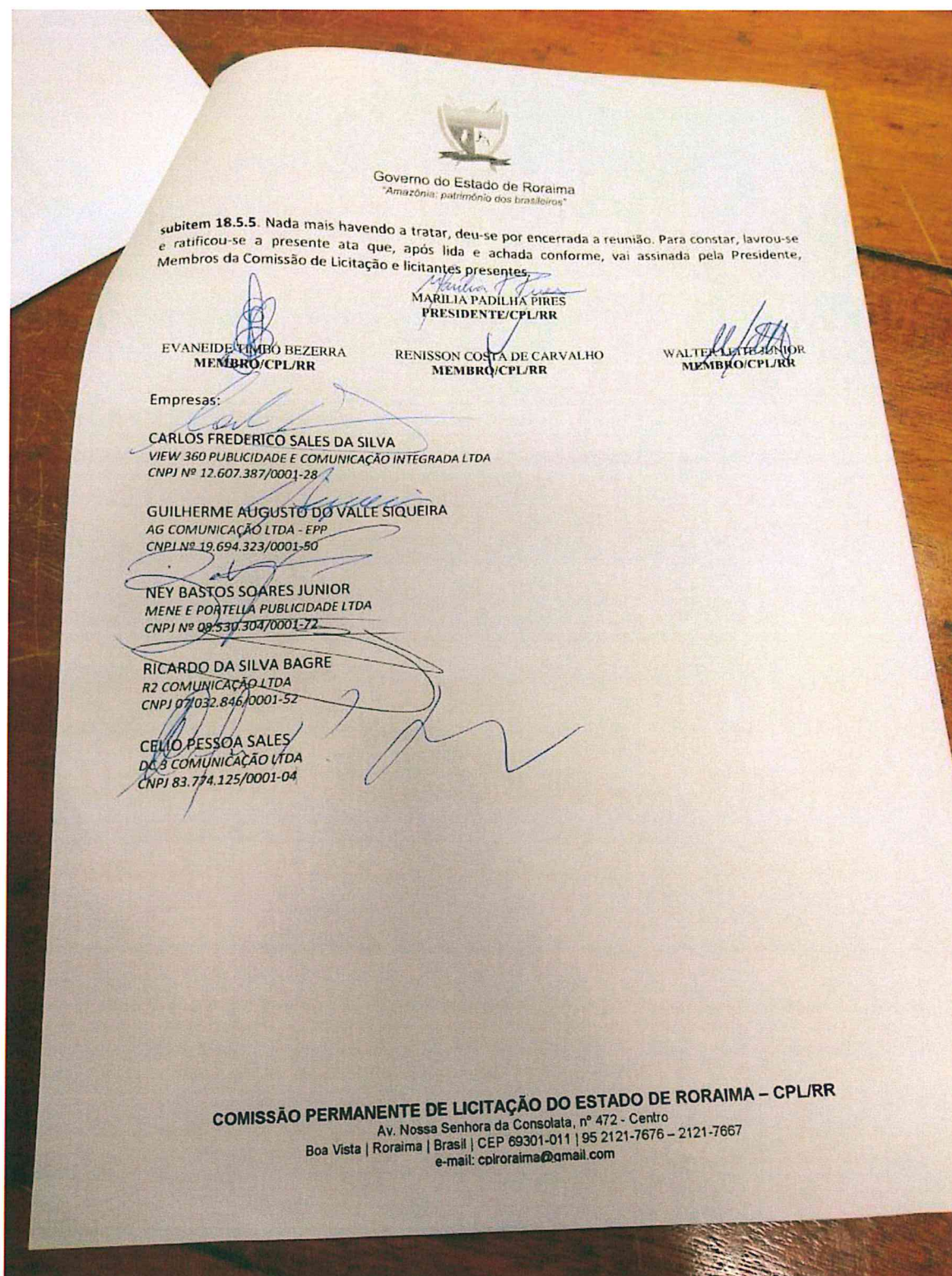
A outorgada **GLAUCIA FERREIRA GONDIM**, CPF nº 009.580.762-43, da empresa **ANTONIO FERNANDES BARROS LIMA JUNIOR** - CNPJ 06.149.812/0001-80, em virtude de apresentar a procuração em desacordo com o subitem 7.1.3 do Edital, não estar apta como **REPRESENTANTE**, conforme o subitem 7.4 do edital permanecendo na sessão apenas como **PORTADORA** da referida empresa.

Dando continuidade ao certame, foram recebidos os invólucros distintos das participantes, quais sejam: **1) INVÓLUCRO 01** - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA; **2) INVÓLUCRO 02** - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA; **3) INVÓLUCRO 03** - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO e **4) INVÓLUCRO 4** - PROPOSTA DE PREÇOS.

Dando prosseguimento aos trabalhos, a Comissão passou então a abertura e verificação dos Invólucros 01 e 03, procedendo quanto ao cumprimento das normas exigidas no instrumento convocatório, conforme exigência da Lei Federal nº 12.232/10 de 20 de abril de 2010. Nesse momento foi informado aos participantes que os Invólucros nº 01 e 03 e todo o seu conteúdo serão encaminhados à **Subcomissão Técnica da SECOM**, convocados pela **Portaria nº 002/2019/SECOM**, publicada no D.O.E Nº. 3634 pág. 2 do dia 02 de janeiro de 2020, e formada através do **SORTEIO**, publicado no D.O.E Nº 3643 pág. 589, de 15 de janeiro de 2020, para análise e julgamento dos seus conteúdos. Do mesmo modo, foi informado também que é de responsabilidade da Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento juntamente com as propostas (técnicas), as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que se fundamentarem a decisão em cada caso, conforme os subitens **18.3 e 18.4** do Edital. Os **Invólucros nºs 02 e 04**, que ficarão neste momento em poder da CPL/RR, para posterior cumprimento do subitem **18.4.5** do Edital, foram disponibilizados aos licitantes presentes para certificarem a sua inviolabilidade e postos para assinaturas dos presentes em seus fechos. Após abertura do conteúdo dos INVÓLUCROS 01 E 03, as empresas **VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA** e **MENE E PORTELLA PUBLICIDADE LTDA** citaram sobre uma possível identificação da marca e a forma de apresentação do CD, referente a uma única licitante que apresentou sem etiqueta os CD do invólucro 03, a **R2 COMUNICAÇÃO LTDA** violando o subitem 9.7.2. do edital, durante o questionamento, o representante da empresa **R2 COMUNICAÇÃO LTDA**, confirmou que o conceito apresentado: **RORAIMA TEM TUDO PARA VOCÊ** para todos os licitantes presentes na sessão pública, identificando a autoria do invólucro 01, restando sua **DESCCLASSIFICAÇÃO** por essa comissão, bem como a posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase conforme subitem 18.5.2.2 do edital. O Representante da empresa **R2 COMUNICAÇÃO LTDA** pediu a palavra para acrescentar em ata que: "o processo é sigiloso, não podendo haver por parte dos licitantes suposições referentes aos temas dos demais participantes, por julgar improcedente tanto por parte da Comissão Permanente de Licitação, como dos demais participantes do processo licitatório, e buscará por meios legais a comprovação do equívoco do julgamento do certame". O Representante da empresa **R2 COMUNICAÇÃO LTDA** tem a **intenção de impetrar com o RECURSO de acordo com o**

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO ESTADO DE RORAIMA - CPL/RR

Av. Nossa Senhora da Consolata, nº 472 - Centro
Boa Vista | Roraima | Brasil | CEP 69301-011 | 95 2121-7676 - 2121-7687
e-mail: cplroraima@gmail.com



O erro grave cometido pela empresa R2 Comunicação ao apresentar os mesmos CDs e DVDs, tanto no envelope 1 como no 3, acabou identificando sua autoria inequivocamente. Este fato não pode de forma alguma passar despercebido por esta respeitada comissão e ficar sem julgamento.

Sabendo que esta concorrência é pública e deve seguir os ritos da lei, é evidente que a licitante deva ser desclassificada e que para o ato cometido não há qualquer justificativa existente que os abone ou que apague o erro crucial cometido.

O Art. 3º da Lei 866/93 é claro quanto ao julgamento das licitações serem movidas pela legalidade, da impessoalidade, da moralidade e de forma igualitária a todos.

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

Não pode, de forma alguma a Administração não punir aqueles que deixam de cumprir qualquer exigência do Edital e da Lei.

Além do erro insanável na identificação de sua proposta apócrifa, a licitante R2 Comunicação deixou de cumprir outros diversos itens do edital, conforme demonstrado abaixo:

B) DA NÃO APRESENTAÇÃO DAS EXPERIÊNCIAS DOS PROFISSIONAIS APRESENTADOS NA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A alínea b do item 11.6 do edital da presente concorrência é claro ao solicitar o currículo resumido de todos os profissionais que serão colocados a disposição do contrato. E, para que não tenham dúvidas, o edital ainda menciona claramente quais são as informações que devem conter neste currículo resumido “no mínimo, nome, formação e experiência”.

A experiência a que se refere o item não está limitada ao fato da licitante dizer apenas que os profissionais têm alguns anos de experiência, trata-se de um currículo profissional resumido e necessita ter, no mínimo, as informações como nome, formação e a experiência dos profissionais, relacionando as empresas nos quais já trabalhou, demonstrando assim sua efetiva experiência.

Nota-se que o fato de simplesmente dizer que um profissional tem 2, 4, 5 ou 10 anos de experiência não demonstra em absolutamente nada a sua experiência, pois o tempo de trabalho deve ser apresentado juntamente com o nome das empresas e descrição dos cargos.

Vejamos o que pede o edital:

11.6.A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a LICITANTE apresentará:

b)a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (**no mínimo, nome, formação e experiência**), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

Identificamos que na proposta da Capacidade de Atendimento da licitante R2, a empresa limitou-se a dizer apenas os anos de experiência dos profissionais, deixando assim de comprovar a efetiva experiência dos profissionais ao não incluir nos currículos a informação primordial de local de trabalhos anterior e funções desenvolvidas.

Ademais, o item 12.2.2 do edital é claro quanto a forma de avaliação da Capacidade de Atendimento:

12.2.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

b) a experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias;

Pelo apresentado, resta evidente que a Licitante R2 Comunicação deixou de cumprir na totalidade o item 12.6 alínea B do edital e deve ter sua avaliação baseada estritamente ao que diz o edital, devendo desta forma ser atribuída nota Zero pela não apresentação da experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias.

COREN-AM
Pm 914
Ass. [Assinatura]

1.2.6 PRODUÇÃO GRÁFICA

Esley Cavalcante
Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Uninorte, já atuou em diversas áreas de especialização na área gráfica e de multimídia. Tem experiência de mais de 4 anos na área. É a pessoa responsável pela gestão e produção de todo material impresso desenvolvido para atender as demandas da conta, assegurando a qualidade da produção nos prazos e ao melhor preço, além de acompanhar o trâmite do material fora da agência.

Esley Cavalcante do Santos
Esley Cavalcante do Santos

1.2.7 MÍDIA

Ricardo Bagre
Bacharel em Matemática com pós-graduação em Metodologia do Ensino Superior. Sócio da R2 Comunicação, sendo o principal responsável pelo setor de Mídia da casa. Possui mais de 13 anos de experiência em diversos setores, tendo atuado nas áreas de Atendimento, Produção e Planejamento de Marketing. Será o profissional responsável por tomar a comunicação viável, encarregado de gerenciar toda a utilização da verba do cliente, garantindo a otimização dos recursos para o bom desempenho do planejamento estratégico, empregando para isso pesquisas relacionadas a audiência, planos de mídia e tendências dos meios.

Ricardo da Silva Bagre
Ricardo da Silva Bagre

1.3 ADEQUAÇÃO DAS QUALIFICAÇÕES E QUANTIFICAÇÕES
Assim, em cumprimento à presente concorrência para serviços de publicidade, a agência mostra estar devidamente qualificada a suprir todos os pontos previamente citados na Estratégia de Comunicação Publicitária, comprometendo-se a colocar uma equipe completa para atender ao Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas, estando esta equipe e toda a infraestrutura física e técnica da agência, além do apoio dos parceiros fornecedores nas mais diversas áreas, inteiramente à disposição da contratante. A agência está ciente de que o Cliente poderá, a qualquer momento, dentro do horário de funcionamento da agência, convocar reuniões, realizar visitas ou solicitar trabalhos, observado o prazo mínimo indispensável para sua criação, produção e veiculação, salvo em casos excepcionais. Além do horário normal de funcionamento da agência, no que nos colocamos à disposição, sempre que necessário, para reuniões e execuções de trabalhos que ultrapassem o horário comercial.

1.4 SUBSTITUIÇÃO DE PROFISSIONAIS
A empresa declara que, caso, durante o período de contrato com o Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas algum dos funcionários deixar de fazer parte do quadro da

COREN-AM
Pm 962
Ass. [Assinatura]

1.2 EQUIPE TÉCNICA
Em cumprimento ao edital, a fim de atender com êxito as exigências que orientam este certame para serviços de publicidade, o atendimento a ser prestado pela agência ao Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas será exclusivo e personalizado, executado pessoalmente por profissionais com vasta experiência de mercado e competências além do apoio, sempre que necessário, de uma equipe integrada por técnicos nas áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia, atendimento e financeiro. A seguir, a lista de profissionais que atenderão diretamente a conta, em caso de êxito na licitação:

1.2.1 ATENDIMENTO

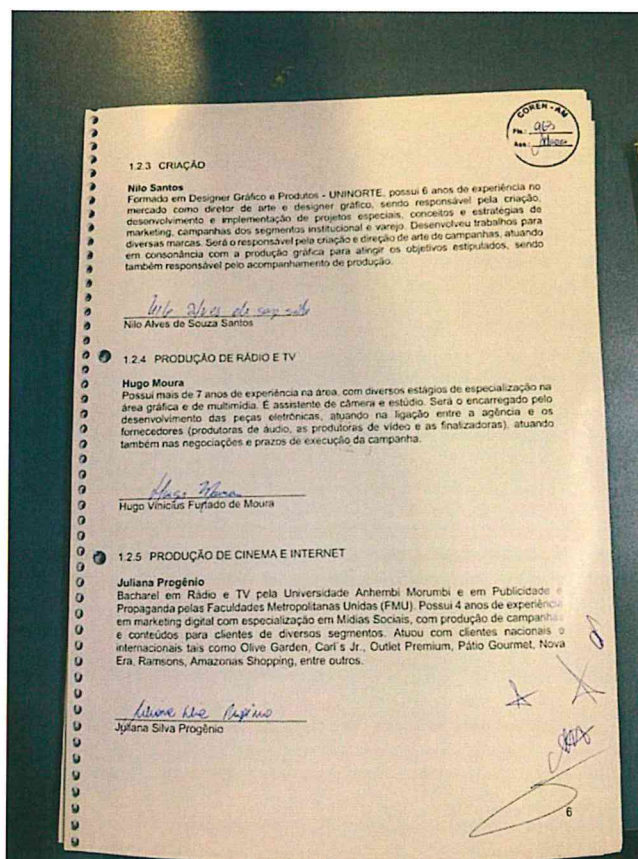
Akald Batalha
Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, MBA em gestão de pessoas e coaching. Possui mais de nove anos de experiência na área, sendo o grande foco em atendimento ao cliente. Seu trabalho envolve Planejamento Estratégico, Análises de Mercado e Concorrência, Planejamento de Marketing e Comunicação. Será o profissional que prestará o atendimento e, juntamente com a equipe, definirá as estratégias de comunicação e mídia das campanhas publicitárias e todo o processo produtivo dos elementos dessas campanhas, bem como o plano de ação em todas as fases de atuação, desde a criação, passando pela produção até a sua veiculação e distribuição no mercado.

Akald Marques Batalha
Akald Marques Batalha

1.2.2 ESTUDO E PLANEJAMENTO

Renato Bagre
Publicitário e Sócio Presidente. Formado em Comunicação Social com ênfase em Publicidade, com Pós-Graduação em Criação pela Escola Superior de Propaganda & Marketing (ESPM-SP). Possui mais de 30 anos de vivência em publicidade, tendo passado por grandes agências locais e nacionais. Sólidos conhecimentos em todos os aspectos da agência e seu relacionamento com os clientes. Será o profissional responsável por levantar, organizar e analisar as informações sobre o mercado, suas características e possíveis tendências, e tudo o mais que possa viabilizar a estratégia desenvolvida para a contratante, pesquisando, diagnosticando e antecipando demandas, garantindo o suporte efetivo para a execução da campanha.

Renato da Silva Bagre
Renato da Silva Bagre



C) DA AUSÊNCIA DA APRESENTAÇÃO DA DISCRIMINAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO, DAS PESQUISAS DE AUDIÊNCIA E DA AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE DE MÍDIA QUE COLOCARÁ REGULARMENTE À DISPOSIÇÃO DO ANUNCIANTE, SEM ÔNUS ADICIONAIS, NA VIGÊNCIA DO CONTRATO DENTRO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Em sua capacidade de atendimento, a licitante R2 deixou de apresentar a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará à disposição do anunciante.

É evidente que em sua proposta da capacidade de atendimento apresenta um texto na tentativa de suprir a exigência da alínea E do item 11.6, porém o texto é vago e não apresenta nenhuma das informações solicitadas no referido item.

Vejamos o que edital pede:

11.6.A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a LICITANTE apresentará:

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Já o item 12.2.2 descreve a forma na qual este subitem deve ser avaliado:

12.2.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

Em análise as páginas 13, 14 e 15 da Capacidade de Atendimento da licitante R2 Comunicação não restam dúvidas que a licitante não apresentou o nome e nem declarou a existência de nenhum instituto de pesquisa a qual possui contrato de forma a contribuir com as pesquisas de audiência, nem mesmo os locais de onde sua equipe pode obter informações de marketing e comunicação, nem mesmo qual software utiliza ou irá utilizar para o controle de mídia.

Pelo apresentado, resta evidente que a Licitante R2 Comunicação deixou de cumprir o item 12.6 alínea E do edital e deve ter sua avaliação baseada estritamente ao que diz o edital, devendo desta forma ser atribuída nota Zero pela não apresentação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

1.7.2 PRAZOS PRATICADOS

Descrição dos prazos a serem praticados pela R2 Comunicação a partir da entrega de cada briefing

ITEM	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	PRAZO DE ENTREGA
1	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias e planos de mídia	Até 10 dias úteis
2	Criação, finalização e entrega de material eletrônico, didático e institucional	Até 10 dias úteis
3	Criação, finalização e entrega e produção de peças publicitárias e gráficas complexas	Até 30 dias corridos
4	Produção eletrônica com duração entre 30 e 60 segundos	Até 5 dias úteis
5	Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos	Até 10 dias úteis
6	Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos	Até 10 dias úteis
7	Editoração gráfica simples	Até 5 dias úteis
8	Produção gráfica complexa	Até 30 dias corridos

1.8 RELEVÂNCIA E UTILIDADE DAS INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

1.8.1 SISTEMÁTICA DE MÍDIA

Quanto às informações de marketing e comunicação, da auditoria de circulação e controle de mídia, a agência colocará regularmente à disposição do Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas, sem ônus adicional, durante a execução do contrato, um sistema operacional de mídia planejado, eficaz e eficiente. O Sistema Operacional do Departamento de Mídia da agência é desenvolvido sob uma constante preocupação de aliar criatividade e planejamento, pois, além de analisar o conteúdo programático de cada veículo, sempre busca meios alternativos e estrategicamente segmentados para levar as campanhas de forma mais rápida ao público-alvo. O processo ocorre paralelamente ao de criação. Após a definição das mídias a serem utilizadas em cada campanha, começa o planejamento cujo objetivo é definir a inserção e seu contingente para cada veículo já determinado, observando oportunidades extras onde se possa propagar o objeto de cada campanha. Dessa forma a agência compromete-se a apresentar à CONTRATANTE para aprovação o Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, prazos e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação à cargo de empresa independente que demonstre tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no Art. 15 da Lei no 12.232/2010. Então, a agência apresentará a CONTRATANTE, como alternativa um estudo prévio sobre os meios, prazos e veículos nos quais será possível e dos quais se revelam impossível obter o relatório de checagem de veiculação à cargo de empresa independente, para fins de

justificar e demonstrar tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no Art. 15 da Lei no 12.232/2010. Levando em conta os meios, prazos e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

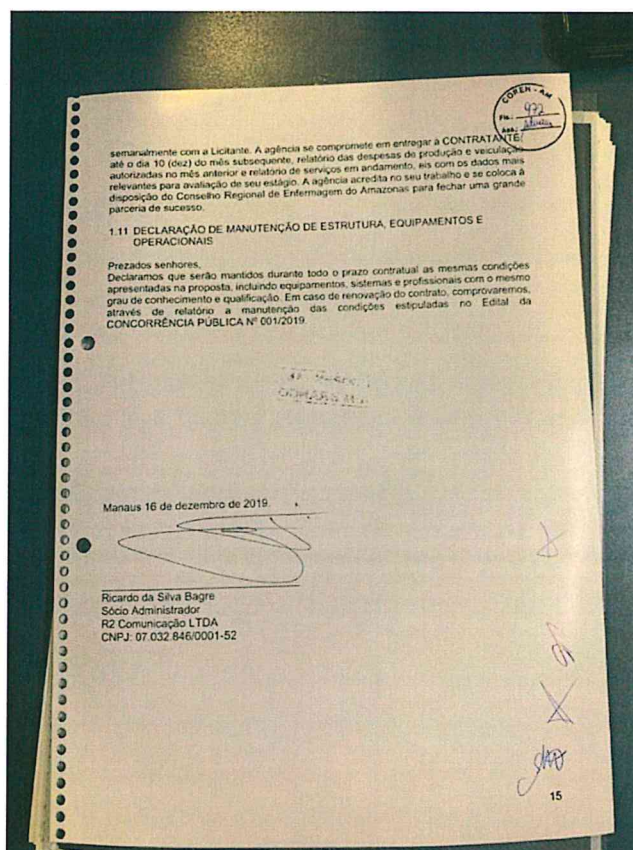
1.9 POLÍTICA DE NEGOCIAÇÃO

Todas as negociações de preços e de condições de pagamento com veículos e fornecedores feitas pela agência são realizadas diretamente pela diretoria ou pelos seus principais executivos da área operacional. A agência é parceira do cliente e procura sempre otimizar o investimento e obter menores custos, melhores condições de pagamento, prazos e veículos de divulgação que não os concedam e priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

- Repassar à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempo e/ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação;
- Não sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam e priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;
- Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias;
- Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados pelo Conselho Regional de Enfermagem do Amazonas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- No caso da impossibilidade de obter 03 (três) cotações, apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do fiscal do contrato.

1.10 CONTROLES

As reuniões com o Cliente sempre serão documentadas através de Relatórios de Visita, que registram os trabalhos solicitados, prazos de execução e de aprovação, bem como as decisões tomadas na apresentação de serviços, somente finalizados após receberem a devida aprovação, documentada e assinada por Cliente e agência, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias para o desenvolvimento das suas atividades. As operações são controladas internamente por um software integrado multiusuário criado especificamente, para utilização em agências de propaganda, agilizando e facilitando o fluxo de informações entre os departamentos de Atendimento, Mídia, Criação, Produção e Planejamento. Através deste software e de constantes pesquisas de mercado, a agência fornecerá informações técnicas sobre marketing e publicidade sem custo nenhum para o Cliente. Para isso, designará parte da equipe de criação para fornecer tal conteúdo

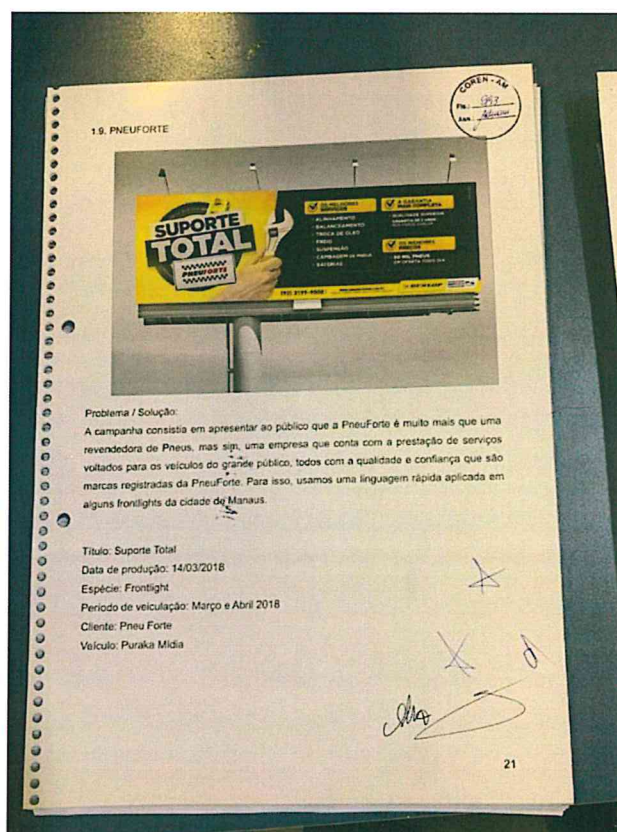


D) DA AUSÊNCIA DA DIMENSÃO ORIGINAL DA PEÇA FRONTLIGHT DO REPERTÓRIO

O item 11.8.1.2 do edital exige que as peças gráficas apresentadas no repertório tenham suas dimensões originais demonstradas

11.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em qualquer dos casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e **deverão ser indicadas suas dimensões originais.**

Entretanto, na peça de número 9, do cliente Pneu Forte, a Licitante R2 Comunicação deixou de atender ao item 11.8.1.2, não tendo demonstrado as dimensões originais da peça veiculada.



Pelo apresentado, resta evidente que a Licitante R2 Comunicação deixou de cumprir o item 11.8.1.2 do edital e deve ter sua avaliação baseada estritamente ao que diz o edital, devendo desta forma ser atribuída nota Zero pela não apresentação das informações exigidas no edital.

E) DO ERRO NO PLANO SIMULADO DE MÍDIA DA PROPOSTA TÉCNICA

O item 11.3.4.2 detalha as exigências a serem cumpridas na estratégia de mídia da proposta técnica

11.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c)os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d)os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e)as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f)os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g)os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

(grifo nosso)

A Licitante R2 Comunicação em sua Proposta Técnica, na estratégia de mídia e não mídia deixou de apresentar os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, sendo apresentado apenas os valores absolutos, além de não separar por meios.

Investimentos em produção técnica e impressão				
Tipo	Quantidade	Valor Unit	Valor Total	
Mídia	85.27%	R\$ 389.223,44		
Produção	13.51%	R\$ 61.503,00		
Total	98.78%	R\$ 450.726,44		

Mídia	Veículo	Quantidade de Imagens	Mês	Período
Emissores de TV	Amazonas (Aberto)	41	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Paraná (Aberto)	154	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Paraná (Feito)	151	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Clín Manaus	128	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
Emissores de Rádio	Nativa	115	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	FM O Dia	115	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Joventim FM	115	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Voz FM	115	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
Outdoor	FE	10	Jan a Fev	20/01 a 02/02/2020
	LMC	7	Jan a Fev	20/01 a 02/02/2020
	LMC	10	Jan a Fev	20/01 a 02/02/2020
Budôor	Via Direta	20	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
Mobilário	JC Decaux	25	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	JC Decaux	25	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	A Critica	1	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	A Critica	1	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
Jornal	Diário da Amazônia	1	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Diário da Amazônia	1	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Diário da Amazônia	1	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Diário da Amazônia	1	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020

Períodos de veiculação de não mídia			
Não Mídia	Tipo	Mês	Período
Correio Eletrônico	E-mail Marketing	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	Instagram	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
Rede Social	Facebook	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
	WhatsApp	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020
Cartaz	Impresso	Jan a Fev	13/01 a 12/02/2020

Resumo dos investimentos em mídia				
Mídia	Veículo	Quantidade	Valor (R\$)	
Televisão	Amazônia (Diário)	41	R\$ 150.000,00	
Televisão	Paraná (Diário)	134	R\$ 10.880,00	
Televisão	Paraná (Diário)	101	R\$ 11.687,00	
Radio	Clube Mankus	128	R\$ 14.848,00	
Radio	FM D Dia	115	R\$ 12.880,00	
Radio	João Pinheiro	115	R\$ 9.400,00	
Outdoor	FM D Dia	115	R\$ 10.293,20	
Outdoor	FM D Dia	10	R\$ 8.000,00	
Outdoor	FM D Dia	7	R\$ 5.600,00	
Outdoor	FM D Dia	10	R\$ 8.000,00	
Journal	A Crítica	2	R\$ 55.614,00	
Journal	Dia	8	R\$ 29.629,24	
Mobilidade	JC Decora	50	R\$ 48.000,00	
Busdoor	Via Direta	20	R\$ 8.000,00	
Total de investimento em mídia			R\$ 388.223,44	

Investimento em produção eletrônica e impressa				
Produção	Descrição	Quant	Unitário (R\$)	Valor (R\$)
VT	Produção de VT de 30" (segundos)	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
Radio	Produção Spot de 60" (segundos)	1	R\$ 850,00	R\$ 850,00
Outdoor	Produção de Cartaz p/ Outdoor (32 Folhas)	27	R\$ 250,00	R\$ 6.750,00
Busdoor	Produção de Cartaz formato 215cm x 85cm	20	R\$ 96,00	R\$ 1.920,00
Mobilidade	Produção de Cartaz formato 119cm X 174cm	25	R\$ 40,00	R\$ 1.000,00
Cartaz	Produção de Cartaz formato 62cm x 42cm	30.000	R\$ 1,20	R\$ 36.000,00
Total de investimento em produção				R\$ 61.520,00

Handwritten: A

Handwritten: CHA

Handwritten: X "d

Pelo apresentado, resta evidente que a Licitante R2 Comunicação deixou de cumprir o item 11.3.4.2. do edital e deve ter sua avaliação baseada estritamente ao que diz o edital, devendo desta forma ser atribuída nota Zero pela não apresentação das informações exigidas no edital.

F) DO ERRO NA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA DA PROPOSTA TÉCNICA

A Licitante R2 Comunicação em sua estratégia de mídia e não-mídia, apresentou na página 10 como estratégia o uso de mídia programática, conforme o trecho:

“(...) usaremos plataformas e algoritmos para comprar espaços de mídia automaticamente, em tempo real, automatizando os processos (...)”

Porém a licitante não apresentou os custos de tal estratégia no seu resumo geral (produção e veiculação), assim como também não apresentou os custos e peças para a estratégia de anúncios na rede de display do google.

Logo, considerando tais custos, a licitante claramente não apresentou um plano dentro da verba referencial de R\$ 450.000,00

5. DA APRESENTAÇÃO DE DECLARAÇÃO COM INFORMAÇÃO FALSA

A Empresa Antonio Fernandes Barros Lima Junior atonitadamente vem através deste tornar público, formalmente, ao Conselho Regional De Enfermagem do Amazonas que, dentro dos documentos apresentados pela licitante R2 Comunicação houve a apresentação de uma declaração com informações falsas.

Tal ato é tão amplamente doloso ao processo de uma concorrência pública que não pode de forma alguma ficar despercebido.

Em análise aos documentos apresentados pela empresa R2 Comunicação, no caderno de Relatos de Solução de Problema de Comunicação, nas páginas 3, 4 e 5 é apresentado um Relato de Solução de Problema de Comunicação do Cliente Terra Editora e Gráfica.

Conforme exigência do item 11.9 do edital, as licitantes deveriam apresentar:

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

11.9.A LICITANTE deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3

dobrado.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.10. A LICITANTE deverá apresentar até 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.10.1. Se a LICITANTE apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea ‘d’ do subitem 12.3.1.

11.10.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e NÃO podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo ora ANUNCIANTE.

11.10.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela LICITANTE, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no item 11.9 ou ser

apresentadas soltas;

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em qualquer dos casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

Conforme exigência do item 11.10.2.1 as licitantes deveriam apresentar juntamente ao relato uma declaração de formalização do referendo, devendo esta ser apresentado na última página, constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

O edital solicita que as licitantes apresentem relatos de soluções de problema de comunicação verídicos e, para tal, exige que seja apresentado uma declaração assinada pelo seu cliente referendando a existência da campanha realizada pela agência.

Na página 4, a licitante R2 Comunicação apresentou a formalização do Relato de seu cliente Terra Editora e Gráfica assinada pela Sra Eloise Silva de Oliveira, neste ato, representado o referido cliente e respondendo pelo setor de marketing (documento anexo).

Em diligência feita na empresa Terra Editora E Gráfica Ltda tomamos ciência, através dos Senhores Otaviano Raman Neves Junior, vice-presidente e o Derlem Vieira dos santos, analista de RH que a Sra. Eloise Silva de Oliveira não trabalha e não nunca trabalhou na referida empresa, inclusive não havendo qualquer vínculo de natureza técnica comercial, econômica, financeira, marketing ou trabalhista com a mesma.

A empresa Terra Editora E Gráfica Ltda desconhece totalmente a existência do relato apresentado pela empresa R2 Comunicação e, inclusive cedeu uma declaração de inexistência de vínculo com a Sra. Eloise Silva de Oliveira, demonstrando ainda que a mesma não possui autorização para assinar ou referendar qualquer documento em nome de Terra Editora E Gráfica Ltda (documento anexo).

Diante do exposto, é evidente que a empresa R2 Comunicação fez uso de uma declaração com informações falsas para a formalização de seu relato.

A Sra. Eloise Silva de Oliveira, que na documentação apresentada pela R2 Comunicação assina pela empresa Terra Editora E Gráfica Ltda, não possui poderes para tal o que torna certo e evidente a anulação do documento contendo informações falsas, inclusive falsa em seu teor e em sua totalidade.

Isto quer dizer que a declaração apresentada pela licitante possui informação falsa, mormente esteja claro que a empresa substancialmente tenha perdido totalmente a validade de sua proposta e de todos os documentos por ela apresentado.

Pelo apresentado, é evidente que o ato praticado foi ilícito e cometido em conjunto entre a licitante R2 e Sra Eloise Silva de Oliveira.

Primeiramente, é claro que a senhora Sra Eloise Silva de Oliveira não poderia de forma alguma referendar uma campanha em nome do cliente Terra Editora E Gráfica Ltda – inclusive apresentamos a declaração do cliente no qual eles desconhecem essa pessoa assim como invalidam qualquer autorização que a mesma tenha em representar a empresa- e, em segundo ponto a Licitante R2 cometeu fraude e ato ilícito ao solicitar que uma pessoa que não representa o seu cliente assinasse pelo mesmo. Como pode essa pessoa que nunca trabalhou na Terra Editora E Gráfica Ltda ter sido contactada pela licitante R2 Comunicação para assinar um documento que eles necessitariam para a participação em concorrência publica?

Diante dos documentos apresentados resta evidente que a empresa R2 usou de subterfúgios ilícitos para que a empresa pudesse atender as exigências do edital.

O ato de ter apresentado uma declaração de formalização do Relato assinada por uma pessoa que não representa o cliente demonstra o total ato de má-fé cometido pela licitante R2 Comunicação, inclusive, o edital prevê sanções contra estes atos praticados.

28.6. Se houver indícios de conluio entre as LICITANTES ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

O uso de documento com informação falsa para fraudar o caráter competitivo de uma licitação está previsto no tipo penal do artigo 90 e 93 da Lei das Licitações, a Lei 8.666/1993.

Art. 90. Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo do procedimento licitatório, com o intuito de obter, para si ou para outrem, vantagem decorrente da adjudicação do objeto da licitação:

Pena - detenção, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

Art. 93. Impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório:

Pena - detenção, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

O ato praticado é tão grave que a própria lei Lei 8.666/1993 prevê sanções e intitula como crime cometido contra a Administração pública.

Art. 100. Os crimes definidos nesta Lei são de ação penal pública incondicionada, cabendo ao Ministério Público promovê-la.

Em se tratando do presente caso em que houve apresentação de uma declaração com informações falsas para uma concorrência pública é evidente que houve infração ao Código Penal Brasileiro.

A apresentação documento com informação falsa é ato tão grave que o Código Penal Brasileiro prevê uma série de artigos a este respeito.

CAPÍTULO III DA FALSIDADE DOCUMENTAL

Art. 297 - Falsificar, no todo ou em parte, documento público, ou alterar documento público verdadeiro:

Pena - reclusão, de dois a seis anos, e multa.

Art. 298 - Falsificar, no todo ou em parte, documento particular ou alterar documento particular verdadeiro:

Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa.

Art. 299 - Omitir, em documento público ou particular, declaração que dele devia constar, ou nele inserir ou fazer inserir declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante:

Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa, se o documento é público, e reclusão de um a três anos, e multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis, se o documento é particular.

Art. 301 - Atestar ou certificar falsamente, em razão de função pública, fato ou circunstância que habilite alguém a obter cargo público, isenção de ônus ou de serviço de caráter público, ou qualquer outra vantagem:

Pena - detenção, de dois meses a um ano.

Falsidade material de atestado ou certidão

§ 1º - Falsificar, no todo ou em parte, atestado ou certidão, ou alterar o teor de certidão ou de atestado verdadeiro, para prova

de fato ou circunstância que habilite alguém a obter cargo público, isenção de ônus ou de serviço de caráter público, ou qualquer outra vantagem:

Pena - detenção, de três meses a dois anos

Art. 304 - Fazer uso de qualquer dos papéis falsificados ou alterados, a que se referem os arts. 297 a 302

A Administração não pode de forma alguma fechar os olhos ao ato ilícito praticado e nem mesmo minimizar o ocorrido, inclusive, o ato doloso deve também invalidar toda a documentação apresentada da licitante R2 na presente concorrência.

Assim, pelo demonstrado, a ação da licitante R2 Comunicação em apresentar um documento com informação falsa para fins de cumprimento de exigências do edital do certame público visa a um só fim: lograr-se vencedor na disputa, não passando de um meio necessário ao fim perseguido, qual seja a de frustrar ou fraudar o caráter competitivo da licitação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na ocasião dos fundamentos apresentados, em análise minuciosa em conferência do edital com a proposta técnica apresentada pela Licitante R2 Comunicação LTDA evidenciam-se claramente diversas irregularidades que esta licitante cometeu negligenciando as regras estabelecidas no Edital da presente concorrência, inclusive demonstrando a existência de apresentação de uma declaração com informações falsas.

Não há qualquer dúvida quanto as inúmeras ocorrências em que a licitante R2 Comunicação LTDA deixa de cumprir, em sua proposta técnica, as regras estabelecidas no Edital, motivo pelo qual deva ser conduzida a imediata desclassificação.

Este recurso é não é motivado pela razão em que a Licitante R2 Comunicação tenha obtido a primeira colocação na referida concorrência, mas sim tem objetivo claro de demonstrar que

houveram diversos erros insanáveis em sua proposta técnica os quais precisam ser revistos em pró de uma avaliação justa e igualitária para todas as licitantes e, principalmente, para que esta concorrência pública seja processada e julgada **em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade e da igualdade.**

Precipita-se indicando que os apontamentos não referem-se a casos de “meros formalismos” pelos simples fatos de que o processamento do procedimento licitatório não deva ser conduzido a revelia e fora dos limites da lei e das exigências do Edital. Desta forma, ainda que haja tentativa, inexistem motivos a justificar os referidos erros.

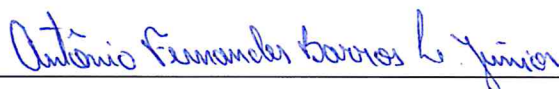
7. DO PEDIDO

Por todo o exposto, requer a Vossa Senhoria:

- a) O conhecimento e o provimento do presente Recurso, uma vez que a Proposta Técnica da empresa R2 Comunicação LTDA está em desconformidade com o Edital desta Concorrência, deixando de cumprir disposições obrigatórias presentes no referido Edital;
- b) A DESCLASSIFICAÇÃO da empresa R2 Comunicação LTDA, uma vez que a mesma identificou sua autoria da proposta apócrifa, contida no invólucro 1, antes da abertura do invólucro 2;
- c) A DESCLASSIFICAÇÃO da empresa R2 Comunicação LTDA, uma vez que a mesma não cumpriu as obrigatoriedades editalícias;
- d) A DESCLASSIFICAÇÃO da empresa R2 Comunicação LTDA, uma vez que a mesma apresentou uma declaração com informações falsas.

Termos em que pede e espera deferimento.

Manaus, 10 de fevereiro de 2020



ANTONIO FERNANDES BARROS LIMA JUNIOR

CNPJ: 06.149.812/0001-80

ANTÔNIO FERNANDES BARROS LIMA JÚNIOR

Representante Legal



Técnica
Planejamento
Inspiração



Prezados Senhores,

Declaramos para os devidos fins que o case Aniversário Amazonas Em Tempo, com o título "SER VERDE ESTÁ NA NOSSA RAIZ", desenvolvido pela R2 COMUNICAÇÃO com o nº de CNPJ 07.032.846/0001-52 para a empresa Terra Editora e Gráfica, com o CNPJ nº 08.951.434/0001-89, é verdadeiro e os números e informações nele contidos refletem com fidelidade os resultados institucionais alcançados pela campanha, através da propaganda.

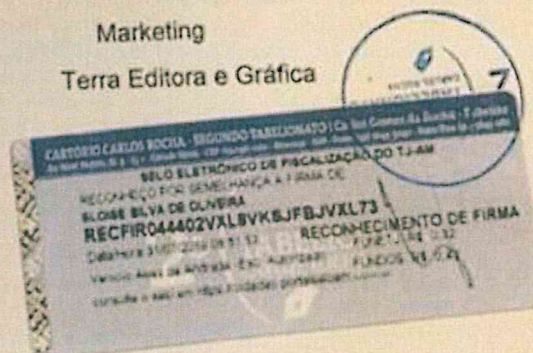
Manaus, 29 de julho de 2019.

Ricardo da Silva Bagre
Sócio Administrador
R2 Comunicação LTDA
CNPJ: 07.032.846/0001-52

29/

Eloise Silva de Oliveira

Eloise Silva de Oliveira
Marketing
Terra Editora e Gráfica



1º TABELIONATO DE
Júlia Karoline M.
Escritório



Rua H - 1, 11 - Conj. Morada do Sol - Aleixo
Manaus - AM - CEP: 69060-062
CNPJ: 07032.846/0001-52

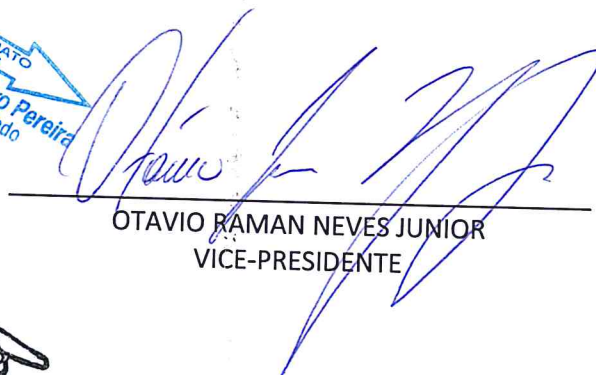
Fone/Fax: (92) 3611-0945 / 3611-1700
r2@r2ideias.com.br
www.r2ideias.com.br

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE VÍNCULO

Declaramos para os devidos fins que que inexistente qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, marketing ou trabalhista da Sra. **ELOISE SILVA DE OLIVEIRA**. A referida pessoa nunca fez parte do quadro de funcionários ou obteve qualquer tipo de vínculo empregatício e de prestação de serviços com a empresa: **TERRA EDITORA E GRÁFICA LTDA. CNPJ: 08.951.434/0001-89.**

Manaus, 10 de fevereiro de 2020.

7ª TABELIA DE NOTAS
Hitallo Junio Socorro Pereira
Escrevente Autorizado


OTAVIO RAMAN NEVES JUNIOR
VICE-PRESIDENTE

9ª TN


DERLEM VIEIRA DOS SANTOS
ANALISTA DE RH

7ª TABELIA DE NOTAS FIORETTI - Bel.ª Juliana de Sá Fioretti
Av. Carlos Joãoquina, 15 - Pq. 10 de novembro - Manaus/AM - PABX: (92) 3611 3610
Site: www.cartoriofioretti.com.br

Reconheço por SEMELHANÇA a firma de
OTAVIO RAMAN NEVES JUNIOR Dou fe Em Testemunho
da Verdade Emitido por HITALLO JUNIO SOCORRO
PEREIRA - ESCRIVENTE SELO ELETRÔNICO DE
FISCALIZAÇÃO DO TJ-AM
REC/FIR/004518Z77Z22KTESNCK77 11/02/2020 10 25 07
R\$ 5,00 Valde em cidadeo.portalseloam.com.br



Hitallo Junio Socorro Pereira
Escrevente Autorizado

9ª TABELIA DE NOTAS - CARTÓRIO ABREU
Bel.ª Ana de Fátima Abreu Chagas - Tabeliã - www.cartorioabreu.com.br
Rua Marciano Ammond, nº 307 - Adrianópolis - Manaus-AM - www.cartorioabreu.com.br

Reconheço Por SEMELHANÇA a firma de DERLEM VIEIRA
DOS SANTOS Dou fe Em Testemunho da verdade
Data/Hora 11/02/2020 10 05 09 Emitido por MARIA
PINHEIRO DA SILVA SANTOS - ESCRIVENTE
AUTORIZADA
SELO ELETRÔNICO DE FISCALIZAÇÃO - TJAM - N
REC/FIR/004531FUS07K2M6NC8SK35 Valde o
selo cidadeo.portalseloam.com.br - Pago: R\$ 6,00



9ª TABELIA DE NOTAS
Maria Pinheiro da Silva Santos
Escrevente Autorizada