ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO GRANDE

Concorrência nº 014/2019

JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., sociedade empresária de direito privado já qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, por seu representante legal que firma o presente petitório, vem, respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, apresentar **IMPUGNAÇÃO** ao recurso interposto, o que faz com fulcro no § 3º do artigo 109 da Lei 8.666/93 e na forma das razões de fato e de direito que a seguir expõe à apreciação desta colenda Comissão de Licitação.

Requer digne-se esta Comissão a receber a impugnação apresentada e, no caso de ser considerada a observação da impugnada, a encaminhá-la à autoridade superior, a fim de decidir em última instância administrativa.

Termos em que pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 26 de junho de 2020.

Thiago Dalmas Affonso
Sócio-Diretor

07.895.771/0001-33
JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA-ME
RUA BARÃO DO AMAZONAS, 426 CONJ. 301
PETRÓPOLIS - CEP 90670-000
PORTO ALEGRE - RS

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

CONCORRÊNCIA Nº 014/2019

RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO

RECORRENTE
VERAZ COMUNICAÇÃO LTDA.

DOUTA COMISSÃO

A concorrente apresentou recurso postulando a desclassificação desta impugnante e a revisão de notas, alegando **(1)** que esta impugnante teria apresentado a sua proposta com valores além do permitido no edital, **(2)** que esta impugnante teria utilizado um veículo inexistente na sua proposta, **(3)** que esta impugnante teria utilizado mídia de um veículo que não presta serviços em Rio Grande, **(4)** que ela não teria tido acesso às notas do envelope 1, **(5)** que o julgamento das propostas técnicas teria sido equivocado, com atribuição de notas que supostamente não seguiriam os critérios do edital, e **(6)** que os avaliadores não teriam respeitado a determinação de apresentar justificativas para as notas atribuídas. Não assiste razão aos pleitos em questão. Abaixo vão os fatos e fundamentos fáticos e jurídicos que autorizam tal conclusão.

1. DOS VALORES APRESENTADOS NA PROPOSTA DA RECORRIDA

De início, salientamos que é, no mínimo, curioso que a recorrente, no mesmo recurso, discorra sobre a importância da integridade dos números decimais para garantir a adequação aritmética das notas atribuídas às licitantes, e extrapole números claramente arredondados como forma de tentar fazer uma engenharia reversa nos valores praticados pela recorrida.

Apesar de desnecessário, esclarecemos que o que importa na formulação dos valores da proposta técnica são os valores absolutos, expressos em reais. A apresentação do correspondente percentual de cada rubrica não é o ponto a partir do qual são definidos os valores. Sequer faria sentido isso.

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

Os correspondentes percentuais presentes na planilha desta recorrida estão arredondados.

O ataque da Veraz é desesperado, e nada mais que uma tentativa de induzir esta Comissão em erro utilizando-se de um raciocínio obtuso. O Anexo I – Planilha Resumo da proposta da impugnante apresenta a integralidade dos valores de acordo com o item 6.3.1 do edital:

> 6.3.1. A elaboração do Plano de Comunicação com base na simulação da Campanha Publicitária Institucional deverá observar os seguintes pontos:
> a) as peças a serem considerados na simulação de mídia devem seguir o que ficou estipulado no Briefing (item 7 do Termo de Referência).
> b) para fins de cálculo da distribuição da verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R$ 400.000,00 (Quatrocentos mil reais);
> c) na campanha simulada, as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços do sindicato das Agências de Propaganda do estado do Rio Grande do Sul (SINAPRO), e os preços de tabela dos veículos de comunicação;

As exigências eram claras: utilizar os valores de tabela do SINAPRO, os preços de tabela dos veículos de comunicação e não ultrapassar os R$ 400.000,00 da verba de referência. Na Planilha Resumo desta licitante, é exatamente isso que foi apresentado. **A coluna de Participação (%) é somente informativa**, partindo dos valores absolutos como base, e não o contrário, como a recorrente quer fazer esta Comissão acreditar. Ela tem como propósito permitir a avaliação da importância que cada rubrica representa na campanha como um todo.

Inclusive tal circunstância é claramente de conhecimento da recorrente, considerando que ela própria, no seu recurso, afirma que os percentuais visam a "facilitar a compreensão do avaliador".

Reiteramos: o argumento recursal é desesperado e ilógico, e parte de uma tentativa não muito funcional de, por meio de uma engenharia reversa ineficaz, extrapolar valores a partir de números percentuais arredondados. **O argumento poderia talvez ser uma base para escrutínio legítimo se os valores reais expressos em moeda corrente não estivessem todos transparentemente abertos na Planilha Resumo, como exige o edital.**

De qualquer modo, apresentamos abaixo uma Planilha Resumo com os valores percentuais sem arredondamentos, que em nada mudam os valores de investimento em reais, que somente corroboram ainda mais o absurdo do ponto recursal:

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

ANEXO I	INVESTIMENTO	PLANILHA RESUMO				
Meio	**Veículo**	**TT Ins. 45 dd**		**Total ($)**	**Partic. (%)**
TV	RBS TV Zona Sul	49	R$	30.035,00	7,53%
	TV Pampa Região Sul	23	R$	21.974,00	5,51%
		72	**R$**	**52.009,00**	**13,04%**
RÁDIO	Gaúcha AM/FM	120	R$	14.760,00	3,70%
	Atlântida FM	120	R$	10.920,00	2,74%
	Oceano FM	120	R$	9.240,00	2,32%
	Antena 1	120	R$	6.600,00	1,65%
	Cassino AM	120	R$	7.200,00	1,81%
	Minuano AM	120	R$	5.040,00	1,26%
	Studio Livre FM	120	R$	3.244,80	0,81%
	Cultura Riograndina AM	120	R$	8.700,00	2,18%
		960	**R$**	**65.704,80**	**16,47%**
JORNAL	Agora	3	R$	12.829,50	3,22%
	Zero Hora	1	R$	28.044,00	7,03%
		4	**R$**	**40.873,50**	**10,25%**
EXTERIOR	Sinergy	20	R$	29.800,00	7,47%
	Tele Alegria	12	R$	2.760,00	0,69%
		32	**R$**	**32.560,00**	**8,16%**
DIGITAL	Facebook	-	R$	6.300,00	1,58%
	Instagram	-	R$	6.300,00	1,58%
	YouTube	-	R$	6.000,00	1,50%
	Twitter	-	R$	6.300,00	1,58%
		-	**R$**	**24.900,00**	**6,24%**
PRODUÇÃO	Produção	-	R$	56.350,00	14,13%
	Honorários Criação (Sinapro/RS)	-	R$	126.467,99	31,71%
		-	**R$**	**182.817,99**	**45,83%**
INVESTIMENTO TOTAL			**R$**	**398.865,29**	**100,00%**

O argumento da recorrente, entretanto, revela-se verdadeiramente como de absoluta má-fé quando trata de valores fictícios, **inventados pela recorrente**, como se tivessem sido extraídos da proposta desta impugnante. A recorrente alega que "a tabela formulada pela licitante demonstra" valores que claramente não estão na tabela. Exemplificamos:

Veículo	Valor da Tabela Resumo da JSMAX	Valor que a recorrente alega que a JSMAX apresentou
RBS TV Zona Sul	R$ 30.035,00	R$ 31.909,22
TV Pampa Região Sul	R$ 21.974,00	R$ 23.931,91
Gaúcha AM/FM	R$ 14.760,00	R$ 15.954,61
Atlântida FM	R$ 10.920,00	R$ 11.965,95

A tabela acima é exemplificativa, e somente serve para demonstrar a malícia da alegação: se o pleito da recorrente fosse legítimo, ela teria visto os valores na coluna "Total (R$)", logo ao lado dos valores percentuais de onde ela extrapolou seu raciocínio escuso, e teria se poupado o constrangimento de apresentar um pleito que pode ser classificado como, no mínimo, embaraçoso.

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

Assim sendo, quanto ao tópico dos valores apresentados por esta impugnante, deve ser negado provimento ao recurso.

2. DO VEÍCULO RBS TV ZONA SUL

Quanto a ofertar um veículo inexistente, a Veraz aponta que desconhece a sigla de repartição regional da RBS "Zona Sul". Esta é uma sigla usualmente utilizada na tabela de valores deste Grupo de Comunicação, representando a região que abrange Rio Grande. Abaixo, anexos retirados da própria tabela:

Preços

Avulso - Rede

Praça
Porto Alegre
Caxias
Zona Sul (Rio Grande e Pelotas)
Passo Fundo
Santa Maria
Santa Cruz
Tramandaí (litoral)

Preços

Preços da tabela expressos em reais.

Hora certa e temperatura

Horário	Frequência	Nº COTAS	APROVEITAMENTO POR EDIÇÃO		APROVEITAMENTO MENSAL		INVESTIMENTO MENSAL		
			CIT 5"	COM 30"	CIT 5"	COM 30"	SANTA MARIA	SERRA	ZONA SUL

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

Como se pode ver, a praça Zona Sul da RBS é uma denominação oficial do Grupo. O desconhecimento da recorrente não é responsabilidade da recorrida.

Reiteramos: na ausência de argumentos e motivos reais para tentar desclassificar esta impugnante, a recorrente utiliza alegações desesperadas e infundadas. Como se pode ver nas planilhas de valores abaixo, todos os valores utilizados por esta impugnante são os valores corretos conforme a programação escolhida:

rbs tv

Rio Grande do Sul

Preços

Comerciais

Preços da tabela expressos em reais. Base 30"

Sigla	Programa	Dia	Hora	Coef. P/15	RSE	RS2*	RS1 Porto Alegre	Caxias	Santa Maria	Pelotas	Passo Fundo	Santa Rosa	Santa Cruz	Cruz Alta	Bagé	Uruguaiana	Erechim	Rio Grande
HORA	Hora Um	Seg/Sex	04:00	0,50	3.184	1.502	1.682	212	174	178	168	139	165	94	97	94	95	86
BPRA	Bom Dia Praça	Seg/Sex	06:00	0,50	5.634	2.534	3.100	388	312	283	279	246	291	153	138	144	146	154
NBRA	Bom Dia Brasil	Seg/Sex	08:00	0,50	7.271	3.360	3.911	516	438	384	381	259	353	201	207	214	186	221
MAVO	Mais Você	Seg/Sex	09:00	0,50	6.484	3.044	3.440	501	373	371	339	220	320	172	188	201	150	209
BEST	Bem Estar	Seg/Sex	10:20	0,50	6.484	3.044	3.440	501	373	371	339	220	314	175	188	201	153	209
FATI	Encontro	Seg/Sex	10:50	0,50	8.666	4.105	4.561	658	517	516	465	326	462	232	227	261	198	243
PTV1	Praça TV 1ª Edição	Seg/Sáb	12:00	0,50	23.891	14.601	9.290	2.313	1.767	1.628	1.882	1.293	1.587	898	789	819	833	792
GESP	Globo Esporte	Seg/Sáb	12:55	0,75	21.351	11.891	9.460	1.765	1.375	1.412	1.480	1.042	1.213	770	704	735	702	693
JHOJ	Jornal Hoje	Seg/Sáb	13:20	0,75	17.358	9.245	8.113	1.440	1.114	1.149	1.092	735	911	568	602	609	472	553
TARA	Sessão da Tarde	Seg/Sex	14:00	0,50	6.004	2.052	3.952	311	225	224	224	154	234	117	144	140	117	162
FAMI	A Grande Família	Seg/Sex	15:45	0,50	7.487	3.299	4.188	502	438	429	367	248	319	187	204	236	142	227
VALE	Vale a Pena Ver de Novo	Seg/Sex	16:40	0,50	9.516	3.537	5.979	579	457	440	388	266	376	193	210	233	164	231
MALH	Malhação	Seg/Sex	18:00	0,75	15.305	5.720	9.585	1.040	655	683	693	469	647	326	319	332	242	314
N18H	Novela I	Seg/Sáb	18:30	0,75	26.447	9.668	16.779	1.623	1.151	1.222	1.102	784	1.135	563	532	592	459	505
PTV2	Praça TV 2ª Edição	Seg/Sáb	19:20	0,75	38.509	15.337	23.172	2.555	1.806	1.788	1.955	1.301	1.714	920	789	838	858	813
N19H	Novela II	Seg/Sáb	19:40	0,75	37.629	13.961	23.678	2.544	1.703	1.648	1.673	1.106	1.510	794	728	803	727	725
JNAC	Jornal Nacional	Seg/Sáb	20:30	--	57.309	21.623	35.686	4.076	2.607	2.800	2.471	1.611	2.266	1.175	1.110	1.284	1.061	1.162
N20H	Novela III	Seg/Sáb	21:20	0,75	60.038	21.930	38.108	4.173	2.694	2.879	2.509	1.580	2.262	1.154	1.164	1.327	1.042	1.146
TELA	Tela Quente	Seg	22:30	0,75	23.365	7.581	15.784	1.354	969	913	917	563	778	413	447	461	345	421
SHT1	Show de Terça-feira I	Ter	22:30	0,75	33.601	11.701	21.900	2.274	1.439	1.465	1.346	810	1.272	607	665	716	506	601
TNOB	Show de Terça-feira II	Ter	23:05	0,75	23.846	7.729	16.117	1.381	991	940	927	571	797	421	457	469	347	428
PROF	Profissão Repórter	Qua	23:45	0,75	14.622	5.297	9.325	885	655	645	630	408	543	305	319	364	233	310
SHQ1	Show de Quinta-feira I	Qui	22:30	0,75	33.601	11.701	21.900	2.274	1.439	1.465	1.346	810	1.272	607	665	716	506	601
SHQ5	Show de Quinta-feira II	Qui	23:05	0,75	23.846	7.729	16.117	1.381	991	940	927	571	797	421	457	469	347	428
REPO	Globo Repórter	Sex	22:30	0,50	33.601	11.701	21.900	2.274	1.439	1.465	1.346	810	1.272	607	665	716	506	601
SSUP	Show de Sexta-feira II	Sex	23:15	0,50	19.414	6.756	12.658	1.186	863	809	787	514	722	386	403	418	291	377
JGLO	Jornal da Globo	Seg/Sex	23:55	0,75	11.544	3.963	7.581	617	518	506	486	278	398	200	242	289	174	255
BIAL	Conversa com Bial	Seg/Sex	00:30	0,50	6.119	2.294	3.825	343	280	300	263	183	219	130	139	150	129	158
SAME	Séries Americanas	Seg/Sex	01:15	0,50	4.969	1.975	2.994	288	243	256	228	158	189	113	121	133	111	135
VBRA	Via Brasil	Sáb	6:15	0,50	1.931	966	965	136	100	99	101	75	99	63	69	88	66	70
SERA	Como Será?	Sáb	7:15	0,50	1.931	966	965	136	100	99	101	75	99	63	69	88	66	70
CASA	E de Casa	Sáb	9:00	0,50	6.567	3.131	3.436	516	379	389	349	238	332	180	187	202	152	207
SCOM	Sessão Comédia	Sáb	14:00	0,50	6.636	3.164	3.472	523	384	399	354	244	338	181	183	201	152	205
SHOS	Show de Sábado	Sáb	15:10	0,50	9.181	3.907	5.274	658	539	462	446	264	417	209	226	272	166	248
HUCK	Caldeirão do Huck	Sáb	16:05	0,75	10.678	4.536	6.142	748	624	520	504	328	493	248	257	321	214	279
ZORR	Zorra	Sáb	22:15	0,50	19.544	6.808	12.736	1.196	865	814	800	514	727	386	405	422	301	378
ALTA	Altas Horas	Sáb	22:45	0,75	11.562	4.073	7.489	747	490	487	478	339	390	235	230	253	191	233
ZERO	Zero 1	Sáb	0:30	0,50	8.062	2.970	5.092	542	350	343	337	252	292	175	174	188	147	170
SUCI	Supercine	Sáb	0:50	0,50	6.831	2.514	4.317	459	297	290	285	214	246	149	147	159	124	144
CORS	Compartilhe	Dom	6:30	0,50	5.409	2.539	2.870	376	314	284	273	255	294	160	138	150	143	152
GALP	Galpão Crioulo	Dom	7:00	0,50	7.424	4.035	3.389	599	488	419	537	460	449	262	227	246	190	158
EMPR	Pequenas Empresas	Dom	8:00	0,50	2.629	1.360	1.269	203	161	140	157	110	153	78	85	106	77	90
GRUD	Globo Rural	Dom	8:35	0,50	8.071	4.227	3.844	648	508	440	577	466	486	262	239	247	205	169
AUTO	AutoEsporte	Dom	9:30	0,75	13.986	6.463	7.523	1.154	817	754	765	478	724	367	354	374	332	344
ESPO	Esporte Espetacular	Dom	10:00	0,75	14.838	6.854	7.984	1.252	851	783	822	523	772	374	365	401	345	366
SHOV	Show de Domingo Vespertino	Dom	12:45	0,75	10.733	4.416	6.317	745	555	523	522	341	470	248	238	307	220	247
TMAX	Temperatura Máxima	Dom	14:15	0,75	10.733	4.416	6.317	745	555	523	522	341	470	248	238	307	220	247
DFAU	Domingão do Faustão	Dom	18:00	0,75	24.335	9.333	15.002	1.810	1.117	1.094	1.118	672	1.070	496	492	529	441	494
FANT	Fantástico	Dom	21:00	0,75	48.732	18.345	30.387	3.561	2.285	2.283	2.118	1.403	1.929	961	928	1.039	881	957
DOMA	Domingo Maior	Dom	23:25	0,50	9.638	3.600	6.038	674	457	446	409	293	369	207	194	216	153	182

Observações:
*RS2: Caxias, Santa Maria, Pelotas, Passo Fundo, Santa Rosa, Santa Cruz, Cruz Alta, Bagé, Uruguaiana, Erechim e Rio Grande.
Importante: Os coeficientes para cálculo dos comerciais de 45" e 60" são 1,50 e 2,00 dos comerciais de 30", respectivamente.

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

ANEXO II | MEIO TV | PROGRAMAÇÃO DE MÍDIA

Veículo	Programa	Mês 1															TT Ins.	$ Unitário	$ Total
		Semana 1							Semana 2							Semana 3															
		Dias 1 a 7							Dias 8 a 14							Dias 15 a 20															
RBS TV Zona Sul	Bom Dia Rio Grande	1			1	1				1	1		1			1		1		1										9	R$ 154,00	R$ 1.386,00
	Mais Você		1		1				1			1	1						1											6	R$ 209,00	R$ 1.254,00
	Jornal do Almoço			1		1	1				1			1		1		1												7	R$ 792,00	R$ 5.544,00
	RBS Notícias				1		1		1			1						1													5	R$ 813,00	R$ 4.065,00
	Jornal Nacional		1			1					1			1					1												5	R$ 1.162,00	R$ 5.810,00
	Novela III	1			1		1			1		1					1				1										7	R$ 1.146,00	R$ 8.022,00
	Jornal da Globo	1	1		1				1		1		1			1				1											8	R$ 255,00	R$ 2.040,00
	Fantástico							1							1																2	R$ 957,00	R$ 1.914,00
																															49		R$ 30.035,00

Como fica cristalinamente claro, a impugnante apresentou os valores corretos ofertados pelo veículo, **conforme a tabela de preços do próprio veículo**.

Não há qualquer equívoco na proposta desta impugnante. Novamente, o desconhecimento da recorrente não é imputável à recorrida, devendo o recurso ser desprovido quanto ao tópico.

3. DOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELA SINERGY

No que concerne à exibição de outdoor, mais uma vez, o argumento da recorrente é absurdo. **EM PRIMEIRO LUGAR**, o fato de a recorrente não ter localizado os produtos utilizados no Plano de Mídia desta recorrida no site da exibidora Sinergy não tem nenhum valor.

A recorrida apresentou no seu plano o documento oficial da exibidora, timbrado e carimbado, com o serviço ofertado de exibição por outdoor em Rio Grande, em formato 9x3, pelo valor, conforme sua tabela de preços, de R$ 1.490,00 bruto unitário bissemanal. **A empresa em questão presta o serviço. Ponto.** A recorrente limita-se a alegar que, "por não ter localizado o serviço em questão no site da Sinergy, o serviço não deve existir". É, no mínimo, absurdo.

Ademais, ainda que o serviço fosse subcontratado, **não há qualquer vedação à subcontratação de contratos administrativos, ao contrário do alegado pela recorrente.**

Se assim não fosse, a cláusula quinta da minuta do contrato administrativo que resultará desta licitação não seria redigida da seguinte forma:

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

> CLÁUSULA QUINTA – DA FORMA DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS: A contratada, para efetiva realização dos serviços, deverá:
>
> a) Assumir encargo de publicidade de campanhas promocionais e de programas sociais, objeto deste contrato;
>
> b) **Manter, por si, por seus prepostos e eventuais subcontratos**, irrestrito sigilo de todas as atividades desempenhadas em relação aos serviços prestados;
>
> c) **Quando da subcontratação parcial dos serviços aqui estipulados**, a CONTRATADA obriga-se a exigir dos eventuais subcontratados as mesmas condições do presente contrato, especialmente no que tange aos segredos de veiculação destes serviços, respondendo solidariamente com estes, todas as infrações eventualmente cometidas. **Fica, portanto, vedada a subcontratação total dos serviços objeto deste contrato**;

A única exigência é a manutenção das exigências contratuais entre contratada e subcontratada. Não faria nem sentido a alegada vedação de subcontratação sugerida pela recorrente. Se assim fosse, a agência de publicidade contratada como resultado da licitação teria de, por conta própria, realizar a integralidade de todos os serviços envolvidos no negócio.

Os serviços de publicidade são, por si só, baseados em subcontratação: a agência de publicidade subcontrata **todos os serviços** que não são realizados internamente — a veiculação em jornais e revistas, a produção e edição de áudios e vídeos, a exibição de outdoors e letreiros.

É exatamente nesse sentido a doutrina de Leon Frejda Sklarowsky[1]:

> Nada impede que haja subcontratações sucessivas ou simultâneas, como, por exemplo, a subcontratação concomitante da parte hidráulica e da parte de alvenaria e da parte elétrica ou das fundações. E é o que ocorre com frequência.
>
> Se a Administração contratar uma empresa, para executar uma estrada, não se há de pretender que ela execute, por si própria, todos os serviços que compõem tal obra, o que seria absolutamente inviável, não importando, pois, se as fundações e os cálculos se

[1] SKLAROWSKY, Leon Frejda. Subcontratação de Contratos Administrativos. < https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-administrativo/subcontratacao-de-contratos-administrativos/ >

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

> fizerem por subcontratada, empresa especializada, porque a contratada responderá por eventuais vícios e a relação da Administração será sempre com esta.

Segundo a alegação esdrúxula da recorrente, "o custo ofertado pela JSMAX para a realização dessa veiculação não é factível". Mais uma vez, a recorrente criou uma ficção com o único propósito de induzir esta Comissão em erro. Os valores foram apresentados pela exibidora, em proposta oficial.

Não é exagero registrar que a recorrida se responsabiliza por todos os valores e condições apresentados na sua proposta, como determina o contrato que resultará da concorrência.

EM SEGUNDO LUGAR, não há absolutamente qualquer vedação à atuação por representação em contratos administrativos. A Sinergy, assim como outras tantas exibidoras de mídia exterior, trabalha com a representação de mídia de terceiros, agenciando e supervisionando a execução de serviços de parceiros comerciais. Tal forma de trabalho não só é lícita, como também é comum em licitações de serviços de publicidade e propaganda — sobretudo as de maior porte, com escopos estadual e nacional, nas quais a contratação localizada dos serviços, cidade por cidade, se torna quase impraticável.

A Sinergy é um veículo com mais de 20 anos de atuação no mercado, atualmente presente nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná com mais de 3 mil faces próprias, além de exportar mídia para todo o país e Américas, com parceiros estratégicos.

Em anexo, juntamos a declaração de atividades da Sinergy.

De qualquer forma, a cadeia de responsabilidade é sempre mantida, tendo a agência contratada plena responsabilidade por todos os serviços prestados, independentemente de quem os executa diretamente, tudo nos termos do contrato de prestação de serviços firmado com a Administração Pública.

No que concerne aos outdoors apresentados na proposta da recorrida, deverá também o recurso ser desprovido.

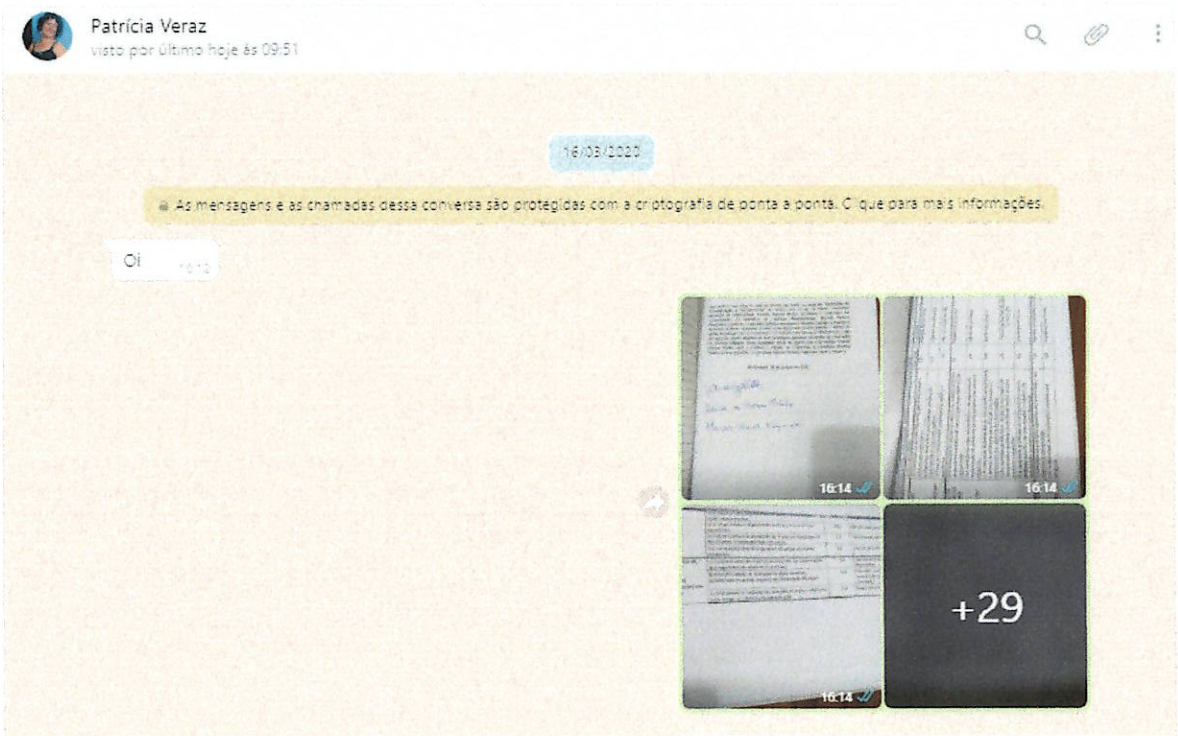
4. DO ACESSO ÀS NOTAS DO ENVELOPE 1

A recorrente falta com a verdade alegando não ter tido acesso às notas do envelope 1. No dia 16 de março de 2020, foi realizada sessão de prosseguimento para a cientificação das

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

pontuações e para abertura dos envelopes 2 e 3. A representante da recorrente, Patrícia da Silva Ferreira, estava presente neste ato. A documentação com as notas e justificativas foi disponibilizada na própria sessão, bem como foi juntada aos autos do processo, de modo que era responsabilidade das partes obter cópias para o manejo de eventual recurso.

Nessa sessão, apenas por conveniência, a representante da recorrente e o representante da recorrida, Denis Ribeiro, ajustaram o compartilhamento dos materiais, que foram encaminhados pelo Sr. Denis à Sra. Patrícia no mesmo dia, às 16 horas e 14 minutos, por meio do telefone 51 999 334 100, em contato iniciado por ela própria:



As responsabilidades existentes entre a recorrente e a sua representante não dizem respeito à recorrida. Entretanto, não pode a recorrente alegar não ter recebido os documentos por falhas internas de comunicação, ou por não ter diligenciado adequadamente a obtenção das cópias.

De toda forma, os documentos em questão foram disponibilizados em sessão pública, e podem ser obtidos diretamente dos autos do processo, tendo a Administração cumprido o seu dever de publicidade. Cabe às partes interessadas manterem-se atualizadas quanto à obtenção de documentos efetivamente disponibilizados no processo.

Assim sendo, toda e qualquer insurgência da recorrente sobre disponibilidade de documentos está fadada ao insucesso.

55 51 3273.3100 | **www.engenhodeideias.com.br**
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

5. DOS REQUERIMENTOS DE REVISÃO DE NOTAS

A recorrente tece inúmeros comentários acerca da forma como a Subcomissão Técnica avaliou as propostas, dando a entender que a Subcomissão não teria a competência necessária para julgar adequadamente, requerendo, de forma esparsa no seu recurso, a revisão de notas, tanto dela própria quanto da recorrida.

A recorrente chega a questionar a idoneidade da banca em certos trechos, além de querer julgar e avaliar a estética da proposta da recorrida com base em questões irrelevantes como o peso da hifenização da palavra "desenvolvimento".

Os pedidos de revisão de notas demonstram desconhecimento da Lei 12.232/2010 e do seu propósito.

Formulado a partir do Projeto de Lei 3.305/2008, o texto da legislação especial vinha acompanhado de justificativa que apontava como uma das suas principais preocupações a manutenção de um julgamento imparcial e o mais técnico possível. O seguinte trecho ilustra com clareza a questão:

> [...] Tem a nossa experiência recente nos mostrado que a ausência de um tratamento normativo específico para essa matéria possibilita que, nesse campo, grandes arbitrariedades ocorram em todo o país. Empresas de publicidade contratadas com óbvio favorecimento, com base em critérios de julgamento subjetivos, contratos que encobrem a possibilidade de novos ajustes imorais com terceiros, pagamentos indevidos, desvios de verbas públicas destinadas à publicidade com fins patrimoniais privados ou para custeio de campanhas eleitorais são apenas alguns exemplos de transgressões que compõem um cenário já bem conhecido nos dias em que vivemos. [...]
>
> Para evitar a condução imoral de procedimentos licitatórios, propomos nesse projeto a redefinição da formação das comissões responsáveis pelo processamento e julgamento destas licitações, que obrigatoriamente terão de ser compostas por pessoas escolhidas por sorteio, incluindo-se especialistas na matéria que não mantenham qualquer vínculo funcional ou contratual com o Poder Público. Dentro dos mesmos objetivos, o projeto busca, ainda, alterar o processamento da licitação de serviços de publicidade, fazendo com que, durante o julgamento da proposta técnica sejam desconhecidos, dos membros da comissão de licitação, os autores das propostas que serão julgadas.
>
> [...] Este projeto de lei visa, assim, atacar de frente um problema grave vivenciado pela administração pública brasileira. Elaborado a partir de estudos jurídicos e da opinião de renomados especialistas do mundo publicitário, a presente propositura legislativa, com certeza, receberá o apoio de grande parte daqueles que, sendo contratados pelo Poder

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

> Público para a prestação de serviços de publicidade, desejam regras claras e princípios que tornem mais dificultosa a prática de favorecimentos e de desmandos que tanto atingem, pela ação criminosa ou inescrupulosa de poucos, a imagem de um mercado profissional constituído por agentes e empresas, na sua grande maioria, dignos e honrados.

O desconhecimento da autoria das propostas pelos membros da Subcomissão Técnica traduziu-se nas seguintes normas da Lei 12.232/2010: art. 10, §§ 1º, 2º e 3º, e art. 11, § 1º:

> Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.
>
> § 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.
>
> § 2º A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.
>
> § 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da Subcomissão Técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.
>
> 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.
>
> § 1º Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

O legislador preocupou-se de guarnecer a Subcomissão Técnica de procedimentos que objetivassem a manutenção da isenção de cada um dos seus membros. O que isso significa,

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

dentro do processo licitatório, é a rigidez formal da pontuação atribuída às propostas pela Subcomissão Técnica.

Depois que a Subcomissão Técnica atribui uma pontuação a cada proposta, e uma vez que o processo chega à etapa do inciso VII do § 4º do art. 11 da Lei 12.232/2010, a pontuação não pode mais ser alterada. Isso porque o principal elemento garantidor da imparcialidade já não mais existe: o anonimato. As propostas já estão publicamente vinculadas aos respectivos licitantes. Quaisquer questões que digam respeito ao descumprimento da lei ou do edital, nesse momento, somente poderão se traduzir em desclassificação do licitante descumpridor da norma.

Note-se que não há qualquer necessidade de existir suspeita ou imputação de favorecimento para um ou outro licitante para que haja a imutabilidade das notas. A medida decorre do cumprimento geral e abstrato dos princípios da legalidade e da moralidade administrativa. Quando houver suspeita ou imputação de favorecimento doloso a um licitante, se estará diante de crime, que resultará em investigação criminal e possível oferecimento de denúncia pelo Ministério Público, o que, dependendo das circunstâncias, poderá resultar em condenação criminal. Não é esse o propósito da medida, que tem caráter claramente assecuratório.

Qualquer tentativa de alteração de notas partindo de qualquer participante da licitação decorre somente de desconhecimento do propósito da legislação especial que rege a licitação de serviços de publicidade e propaganda, e deverá necessariamente resultar em desprovimento, sob pena de subversão do processo licitatório e de quebra da imparcialidade e da isonomia no julgamento das propostas técnicas.

É importante esclarecer que a Subcomissão Técnica, ainda que guarnecida de todos os instrumentos de garantia de imparcialidade possíveis, e ainda que utilize critérios técnicos no julgamento das propostas, é composta por pessoas. Assim sendo, é impossível destacar por completo o caráter humano da avaliação das propostas técnicas. O que para um indivíduo pode ser uma campanha claramente superior às demais, pode não ser para outro. Apesar de ser predominantemente técnica, a avaliação não é passível de ser reduzida a critérios puramente matemáticos. É justamente por isso que os editais tendem a empregar termos amplos ao definir os critérios para a avaliação das propostas técnicas.

Os critérios de avaliação das propostas técnicas contidos no edital deste processo deixam isso claro. Entre outros, são critérios de julgamento, por exemplo, a compreensão das licitantes sobre as "características do CONTRATANTE significativas para a comunicação publicitária", sobre a "natureza, extensão e qualidade das relações do CONTRATANTE com o seu público", sobre o "papel do CONTRATANTE na área social, política e econômica", além da "adequação do partido temático e do conceito proposto ao problema específico de

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

comunicação e aos objetivos de comunicação" e da "consistência lógica e [da] pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto".

Nenhum dos critérios acima apontados pode ser traduzido em valores matemáticos claros e impermeáveis a alguma medida de subjetividade. Se isso fosse possível, não seria necessária a nomeação de uma Subcomissão Técnica, bastando que se desenvolvesse um software que realizasse tais avaliações. A composição da Subcomissão Técnica com uma pluralidade de profissionais qualificados, além de ser critério assecuratório de imparcialidade, é também atestado da impossibilidade de redução matemática da avaliação das propostas técnicas.

Isso tudo considerado, o trabalho desenvolvido pela Subcomissão Técnica segue critérios definidos no edital, e é, sim, técnico, devendo ser assim visto para todos os fins dentro do processo licitatório. O inconformismo de qualquer licitante quanto a esse trabalho técnico não tem valor jurídico, ficando fadado ao insucesso.

Assim como é inviável a revisão das notas dos concorrentes em razão da necessidade de manutenção do anonimato, a revisão das notas das vias identificadas (conteúdo do Envelope 3) é vedada pela lógica do sistema criado pela Lei 12.232/2010.

A impossibilidade de revisão das notas das vias identificadas decorre dos princípios da impessoalidade e da moralidade. Isso porque, caso fosse vedada apenas a revisão das notas das vias não identificadas, permitindo-se a revisão das vias identificadas, burlar o sistema seria trivial, e toda a sua lógica interna que garante o julgamento imparcial das propostas iria por água abaixo.

Se assim não fosse, concorrentes eventualmente mancomunados com julgadores mal-intencionados poderiam simplesmente preencher a equação e, insatisfeitos com o resultado, modificá-lo após o julgamento das propostas, direcionando a licitação.

Importa salientar que não estamos aqui acusando ninguém. O problema é amplo e abstrato, e a medida é preventiva.

Assim sendo, no que concerne aos requerimentos de revisão de notas, deve ser negado provimento ao recurso.

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

6. DAS ALEGAÇÕES ATINENTES À SUPOSTA AUSÊNCIA DE FUNDAMENTAÇÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

A recorrente alega que não houve fundamentação adequada das notas atribuídas às propostas.

Não há, na legislação geral ou na legislação específica, qualquer exigência de fundamentação aprofundada das notas por parte da Subcomissão Técnica. Considerando que as notas todas estão acompanhadas de justificativa, isso, por si só, é suficiente para o desprovimento do recurso.

Salientamos que todas as pontuações tiveram as suas justificativas explicitadas nas suas respectivas planilhas! Tanto as planilhas do envelope 1, quanto as do envelope 3. Demonstramos abaixo com alguns exemplos:

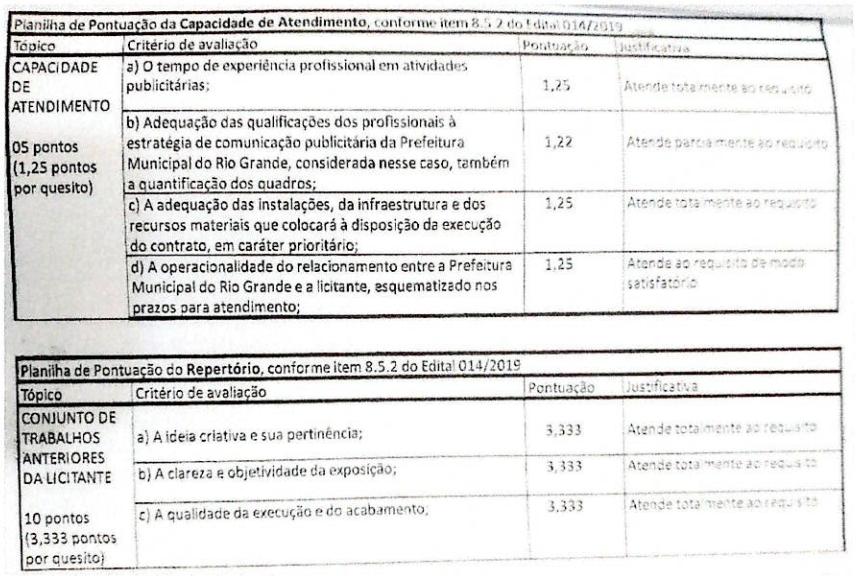
Planilha de Pontuação da **Capacidade de Atendimento**, conforme item 8.5.2 do Edital 014/2019

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação	Justificativa
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO 05 pontos (1,25 pontos por quesito)	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	1,0	Não especificou há quanto tempo atua no mercado;
	b) Adequação das qualificações dos profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal do Rio Grande, considerada nesse caso, também a quantificação dos quadros;	1,0	Atende parcialmente o quesito;
	c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	1,25	Atende plenamente ao quesito;
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Rio Grande e a licitante, esquematizado nos prazos para atendimento;	1,25	Estabelece prazos de atendimento adequados;

Planilha de Pontuação do Repertório, conforme item 8.5.2 do Edital 014/2019

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação	Justificativa
CONJUNTO DE TRABALHOS ANTERIORES DA LICITANTE	a) A ideia criativa e sua pertinência;	2,8	Atendeu parcialmente o quesito;
	b) A clareza e objetividade da exposição;	2,8	Exposição pouco clara e pouco objetiva;
10 pontos (3,333 pontos por quesito)	c) A qualidade da execução e do acabamento;	2,8	Atendeu parcialmente o quesito;

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

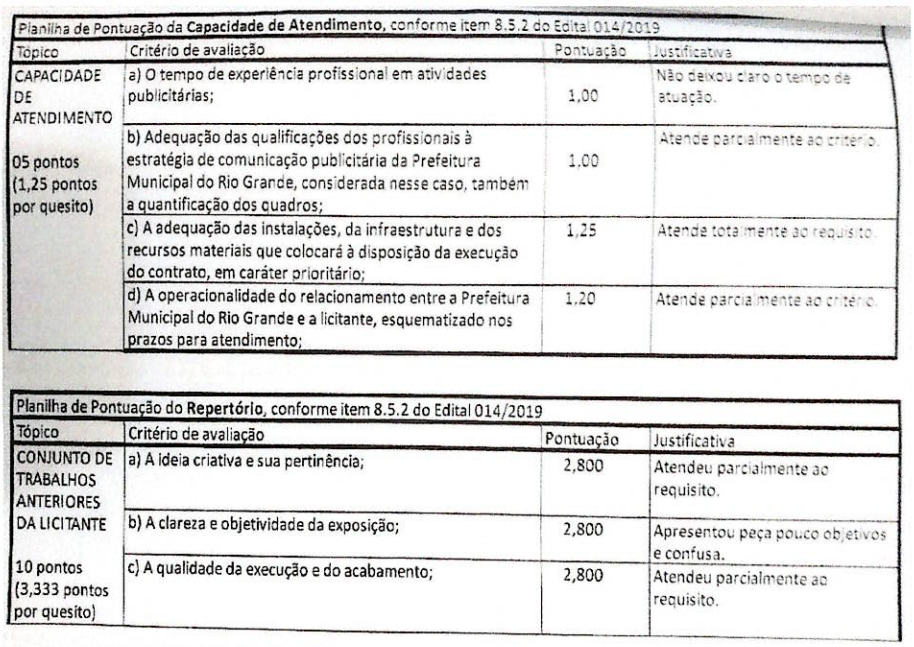


Planilha de Pontuação da **Capacidade de Atendimento**, conforme item 8.5.2 do Edital 014/2019

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação	Justificativa
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO 05 pontos (1,25 pontos por quesito)	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	1,25	Atende totalmente ao requisito
	b) Adequação das qualificações dos profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal do Rio Grande, considerada nesse caso, também a quantificação dos quadros;	1,22	Atende parcialmente ao requisito
	c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	1,25	Atende totalmente ao requisito
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Rio Grande e a licitante, esquematizado nos prazos para atendimento;	1,25	Atende ao requisito de modo satisfatório

Planilha de Pontuação do **Repertório**, conforme item 8.5.2 do Edital 014/2019

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação	Justificativa
CONJUNTO DE TRABALHOS ANTERIORES DA LICITANTE 10 pontos (3,333 pontos por quesito)	a) A ideia criativa e sua pertinência;	3,333	Atende totalmente ao requisito
	b) A clareza e objetividade da exposição;	3,333	Atende totalmente ao requisito
	c) A qualidade da execução e do acabamento;	3,333	Atende totalmente ao requisito



Planilha de Pontuação da **Capacidade de Atendimento**, conforme item 8.5.2 do Edital 014/2019

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação	Justificativa
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO 05 pontos (1,25 pontos por quesito)	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	1,00	Não deixou claro o tempo de atuação.
	b) Adequação das qualificações dos profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal do Rio Grande, considerada nesse caso, também a quantificação dos quadros;	1,00	Atende parcialmente ao critério.
	c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	1,25	Atende totalmente ao requisito.
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Rio Grande e a licitante, esquematizado nos prazos para atendimento;	1,20	Atende parcialmente ao critério.

Planilha de Pontuação do **Repertório**, conforme item 8.5.2 do Edital 014/2019

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação	Justificativa
CONJUNTO DE TRABALHOS ANTERIORES DA LICITANTE 10 pontos (3,333 pontos por quesito)	a) A ideia criativa e sua pertinência;	2,800	Atendeu parcialmente ao requisito.
	b) A clareza e objetividade da exposição;	2,800	Apresentou peça pouco objetivos e confusa.
	c) A qualidade da execução e do acabamento;	2,800	Atendeu parcialmente ao requisito.

Ainda que assim não fosse, os argumentos formulados pela recorrente tratam de questões formais superáveis no âmbito do processo. Nesse contexto, é fundamental compreendermos o conflito de princípios de Direito Administrativo em matéria de licitações ora em jogo.

Ressaltamos que a licitação, da forma como positivada no nosso ordenamento jurídico, tem natureza dupla, reunindo em si as características de ato e de processo simultaneamente, como se pode extrair do parágrafo único do art. 4º da Lei 8.666/1993, da seguinte forma redigido:

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | *Petrópolis | 90670.000*
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

> O procedimento licitatório previsto nesta lei caracteriza ato administrativo formal, seja ele praticado em qualquer esfera da Administração Pública.

É ato administrativo formal porque deve seguir a forma prevista em lei — no caso, nas Leis 8.666/1993 e 12.232/2010.

A forma, no entanto, não existe como fim em si mesmo. Ela tem o propósito de cumprir determinadas funções. A título de exemplo, a padronização absoluta da via não identificada do plano de comunicação publicitária tem a finalidade de garantir o anonimato durante a primeira fase do julgamento das propostas. A limitação comumente inserida no edital atinente a quantidades e tipos de peças admitidas tem a finalidade de garantir a isonomia. A exigência do conjunto de informações do proponente tem a finalidade de garantir que o concorrente terá condições de cumprir o contrato, bem como de garantir publicidade e transparência às contratações.

Ainda que seja processo formado pela sucessão de atos administrativos formais, deve-se, da mesma forma que no processo judicial, observar o princípio da instrumentalidade.

É nesse sentido, por exemplo, que julga o STJ o tema:

> ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. LICITAÇÃO. INABILITAÇÃO. DOCUMENTO DECLARADO SEM AUTENTICAÇÃO. FORMALISMO EXACERBADO. PRECEDENTES. 1. Esta Corte Superior possui entendimento de que não pode a administração pública descumprir as normas legais, em estrita observância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, previsto no art. 41 da Lei n. 8.666/1993. Todavia, o Poder Judiciário pode interpretar as cláusulas necessárias ou que extrapolem os ditames da lei de regência e cujo excessivo rigor possa afastar da concorrência possíveis proponentes. 2. Agravo interno a que se nega provimento.
>
> *(STJ. Processo AgInt no REsp 1620661 / SC. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL 2016/0217174-7. Relator(a): Ministro OG FERNANDES (1139). Órgão Julgador: T2 - SEGUNDA TURMA. Data do Julgamento: 03/08/2017. Data da Publicação/Fonte: DJe 09/08/2017.)*

O formalismo na licitação deve ser ponderado sempre em contraposição aos princípios da concorrência e da contratação mais vantajosa para a Administração Pública. Pelo princípio da concorrência, como pontua o relator na ementa acima, não se há de impor rigor excessivo na interpretação sobre a forma direcionada à prática de atos na licitação, sobretudo quando eles cumprem a sua finalidade, justamente com o intuito de permanecerem o maior número de licitantes possíveis no processo. A ampla concorrência é precisamente o que torna factível

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

o cumprimento do princípio da contratação mais vantajosa para a Administração Pública — afinal, se não há concorrentes, ou se há poucos classificados por motivos da mera forma pela forma, a probabilidade de o ente licitante obter a melhor proposta é reduzida.

Se, por um lado, faz pleno sentido que se exija com o mais absoluto rigor o cumprimento de todos os requisitos de forma impostos para a apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária, uma vez que, nesta etapa, a impessoalidade deve imperar mais ainda que em outras situações, como já visto acima, o mesmo não pode ser dito quanto à exata medida da atribuição de notas pela Subcomissão Técnica. Como já vimos, muito do que é decidido pela Subcomissão Técnica tem algum grau de subjetividade. Salientamos tratar-se de uma subjetividade técnica, que não pode, contudo, ser confundida com objetividade.

Neste caso, não atentar para a instrumentalidade das formas aumentaria exponencialmente o número de licitações fracassadas em razão da declaração de nulidade do certame em razão de qualquer irregularidade formal. Isso aumentaria desproporcionalmente os custos já elevados com os quais a Administração Pública (e consequentemente o povo como um todo) teria de arcar cotidianamente com a realização de licitações para a formalização de contratos, ferindo então o princípio constitucional de eficiência.

Deve-se, portanto, ter sempre em mente o formalismo valorativo, instrumental ou mitigado quando da análise dos pleitos das recorrentes, sobretudo para tudo aquilo que diz respeito a detalhes de forma aplicáveis a tudo o que não seja a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

Dessa forma, deverá ser negado provimento ao recurso no que concerne à suposta ausência de fundamentação exaustiva correspondente às notas atribuídas pela Subcomissão Técnica.

7. CONCLUSÃO

ANTE O EXPOSTO, a impugnante requer digne-se esta respeitável Comissão de Licitação a receber a presente impugnação, dando-lhe o devido e legal processamento, na forma do § 3º e seguintes do art. 109 da Lei 8.666 de 1993, desprovendo o recurso apontado, nos termos e na forma da fundamentação acima.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

Porto Alegre, 26 de junho de 2020.

Thiago Dalmas Affonso
Sócio-Diretor

07.895.771/0001-33
JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA - ME
RUA BARÃO DO AMAZONAS, 426 CONJ. 301
PETRÓPOLIS - CEP 90670-000
PORTO ALEGRE - RS

55 51 3273.3100 | www.engenhodeideias.com.br
Sede: Porto Alegre | RS | R. Barão do Amazonas 426, 301 | Petrópolis | 90670.000
Filiais: Caxias do Sul | RS | Balneário Camboriú | SC

DECLARAÇÃO DE ATIVIDADE

Declaramos para os devidos fins, que a empresa **Sinergy Novas Midias LTDA.**, CNPJ n. 03.821.107/0001-99, atua no ramo de planejamento de mídia e agenciamento de espaços publicitários há mais de 20 anos, desde a sua constituição como empresa. A atividade de agenciamento de espaços publicitários é a atividade principal da empresa e se dá mediante a contratação e representação de espaços publicitários de terceiros localizados em todo o território nacional, de modo que as empresas exibidoras parceiras outorgam à **Sinergy Novas Mídias LTDA.** poderes para agenciar publicidades para exibição, negociar condições e estabelecer relações comerciais com os clientes anunciantes. Os atestados em anexo demonstram e exemplificam a atuação da **Sinergy Novas Mídias LTDA.** nas atividades de planejamento de mídia e agenciamento de espaços publicitários não apenas com equipamentos próprios, mas também mediante a contratação e utilização de espaços publicitários de terceiros.

Atividades desenvolvidas nas atividades de planejamento de mídia e agenciamento de espaços publicitários:

- Instalação de equipamentos e sistemas de veiculação de publicidade em painéis e adesivos
- Manutenção, conservação, restauração, substituição e limpeza dos espaços publicitários
- Comercialização de espaços publicitários, com a impressão, colocação, manutenção e retirada dos anúncios

CNPJ 03.821.107/0001-99
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA.
AV. IPIRANGA, 6681 - TECNOPUC - PRÉDIO 99A - SALA 1006
PARTENON - CEP 90619-900
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA.
PORTO ALEGRE RS