

03/09/2021

Assunto **Recurso Olé Propaganda**
De **Luana <luana@olepropaganda.com.br>**
Para **<francisco.bueno@mariopolis.pr.gov.br>**
Cópia **<evandro@olepropaganda.com.br>**
Data **2021-09-03 09:41**
Prioridade **Mais alta**

roundcut



- RECURSO ADMINISTRATIVO - OLÉ PROPAGANDA.pdf (~797 KB)



Bom dia,

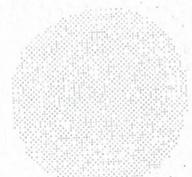
Segue o Recurso Administrativo da Olé Propaganda e Publicidade Eirelli.

Favor confirmar o recebimento

Att,



JORNALISTA | Luana Valério
42 3220 7623 | luana@olepropaganda.com.br
www.olepropaganda.com.br





ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE MARIÓPOLIS - ESTADO DO PARANÁ.

CONVITE Nº 03/2021

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 03.979.287/0001-31, com sede na Rua Pedro Américo, nº. 374, Bairro de Oficinas, Ponta Grossa - PR, 84035-450, vem respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria apresentar:

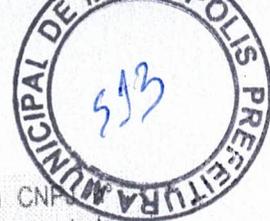
RECURSO ADMINISTRATIVO

Em relação a **DESCCLASSIFICAÇÃO DA RECORRENTE** na sessão de abertura do Convite nº 03/2021, a Comissão de Licitação Municipal da Prefeitura de Mariópolis – Paraná, o que faz com fundamento na Lei 8.666/1993, pelas razões a seguir alinhavadas:

1. DOS FATOS

Na data de 01 de setembro de 2021, foi realizada a sessão do referido Convite com início às 13h30, do qual analisou as propostas de preços e classificou e desclassificou as empresas.

Conforme ata:



A proponente **Olé Propaganda e Publicidade Eireli**, pessoa jurídica de direito privado CNPJ nº 03.979.287/0001-31, sem representante no ato, fica **DESCCLASSIFICADA**, visto que o documento apresentado contendo as declarações conforme solicita o item 5.8.2, alínea 5.8.2.2 (Declarações) do edital não estava assinado.

E classificou as empresas:

Portanto a **NOTA FINAL**, obtida pelas licitantes **CLASSIFICADAS**, seguindo o previsto no item 5.10.1 do edital é de:

EMPRESAS	PONTOS DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO	PONTOS SAMUEL KRUK COMUNICAÇÃO
NOTA FINAL	95,84	97,60

Com efeito, a Licitante Recorrente **Olé Propaganda** foi desclassificada conforme alegou a Comissão de licitação, por não apresentar as declarações assinadas. Não se pode admitir que a recorrente **OLÉ** seja prejudicada pelo excesso de formalismo. Assim, se faz necessária a **reclassificação da recorrente, a desclassificação das Licitantes que ofenderam as disposições editalícias** e proceder com uma apurada **revisão nas pontuações atribuídas na proposta de preços**, diante das inúmeras impropriedades trazidas ao conhecimento deste órgão Julgador.

2. DA NECESSIDADE DA RECLASSIFICAÇÃO DA OLÉ PROPAGANDA

Analisando a ata onde consta o porquê a **Olé Propaganda** foi desclassificada, nota-se excesso de formalismo.

Ao afirmar que:

A proponente **Olé Propaganda e Publicidade Eireli**, pessoa jurídica de direito privado CNPJ nº 03.979.287/0001-31, sem representante no ato, fica **DESCCLASSIFICADA**, visto que o documento apresentado contendo as declarações conforme solicita o item 5.8.2, alínea 5.8.2.2 (Declarações) do edital não estava assinado.

Ocorre que as declarações solicitadas estavam no envelope nº 4 da Proposta de Preço, a **mesma com o carimbo da recorrente Olé em todas as páginas, assinatura do representante**, conforme previa o edital, e pode ser comprovado nos documentos:



ANEXO V - PREGATORIA DE PREÇOS
CONVITE Nº 32021
PROPOSTA Nº 0112021

A Comissão de Licitação do Município de Mariópolis - PR
PLANEJADA PARA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA
OBJETIVO: PROPAGANDA E PUBLICIDADE ELETRÔNICA
CNPJ: 03.979.287/0001-31
RUA PEDRO AMÉRICO, 374, OFICINAS - PONTA GROSSA - PR
020-3220-7670 / (41) 3220-7600
lema@olepropaganda.com.br

OBJETO: Contratação de agência de publicidade e propaganda para desenvolver planejamento, criação, produção, distribuição, execução, controle e acompanhamento de ações de comunicação que visem dar publicidade aos atos do Executivo Municipal, programas, projetos, atividades, eventos para desenvolvimento de serviços e assuntos, e outras ações necessárias à execução de políticas de desenvolvimento social.

Item	Descrição do Item	Porcentagem de Especificação
1	Percentual de desconto sobre os valores orçados de Folha Escolas de Cria e Ensino, controlado pelo MGA/PROF/PGE	90% (Noveenta por cento)
2	Percentual de desconto sobre os honorários fixados sobre os custos de serviços de instalação, referente à elaboração de peças e materiais em quantidade superior a dez mil e despesas de agência a ser realizada pelo vencedor de licitação, materialização e execução para a prestação de serviços	9% (Nove por cento)
3	Percentual de desconto sobre os honorários fixados sobre os custos de serviços de instalação, referente à elaboração de peças e materiais em quantidade superior a dez mil e despesas de agência a ser realizada pelo vencedor de licitação, materialização e execução para a prestação de serviços	100% (Cem por cento)
4	Percentual de desconto sobre os honorários fixados sobre os custos de serviços de instalação, referente à elaboração de peças e materiais em quantidade superior a dez mil e despesas de agência a ser realizada pelo vencedor de licitação, materialização e execução para a prestação de serviços	100% (Cem por cento)

VALIDADE DA PROPOSTA: 60 dias (sessenta dias), contados a partir da data de sua apresentação.

O preço unitário inclui todos os custos de produção, tais como: custos diretos e indiretos, impostos, materiais, mão de obra, energia, serviços, materiais, seguros, PIS, contribuições, frete e outros necessários à execução dos serviços em conformidade com o Edital de Licitação nº 01/2021 e seus anexos.

03.979.287/0001-31
OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE
SRL
Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
81200-000 - Ponta Grossa - PR



Ponta Grossa, dia 3 de agosto de 2021

Evandro Luiz Harari - Representante Legal - Ponta Grossa - PR - Fone de 041/3220-7600
CPF: 037.786.579-01; RG: 8.948.973-8

03.979.287/0001-31
OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE
SRL
Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
81200-000 - Ponta Grossa - PR

Registado em 03/08/2021
Valor em R\$ 10.000,00
02/08/2021

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código A142-2F14-588B-A811.



DECLARAÇÃO



A OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE FIEBIL, DECLARA QUE RECEBERA OS PERCENTUAIS MÁXIMOS PAGOS PELO MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS que são de no máximo 10,13% (dez e nove virgula trinta e três por cento), pelo anúncio e o percentual de desconto da tabela referencial de custos internos emitida pelo SINAPROGPP para:

I - Anúncios e esboços, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reprodução de peças por período igual ao inicialmente contratado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repassado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do (INPC), desde que decorrido pelo menos um ano da cessação original dos direitos.

II - Retenções dos direitos patrimoniais de uso da imagem e/ou voz, imputadas a peças, sobre o valor original da cessação desses direitos, na reprodução das peças por período igual ao inicialmente contratado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repassado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do (INPC), desde que decorrido pelo menos um ano da cessação original dos direitos. 5.8.2.2

Declarações relativas à questão dos direitos autorais, estabelecendo:

I - A autoria, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das obras (incluindo os estudos, projetos e plantas, peças, diagramas e demais elementos de publicidade, de sua propriedade, concepções, ideias e produções em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

II - O compromisso de, em todas as situações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado do instrumento para execução do serviço, sob o resguardo de direitos por tempo limitado e sobre o uso total e definitivo do contrato, para que o Município de Mariópolis assine uma das opções: (I) - Que, nos casos de cessação de direitos por tempo limitado, condicionará a cessação de serviços aos terceiros, por período máximo de cinco meses e que realizará os trabalhos de arte e outros necessários pelos direitos autorais ou autorias dentro das limitações no respectivo ato de cessação;

IV - O compromisso, quando o Município de Mariópolis optar pela execução dos serviços com a edição total e definitiva, de fazer cessar das agências que vier a realizar os serviços, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, atividades e/ou obras que:

a) Explícitem a autoria total e definitiva, por estes terceiros, do âmbito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros necessários pelos direitos autorais ou autorias, os incluídos a criação, produção e direção, a concepção, arranjo e execução de todos os textos, as matrizes, as ilustrações e demais trabalhos semelhantes;

03.979.287/0001-31
OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE
LTDA
Rua Pedro Bordini, 378 - Distrito
1 - 84403-450 - Ponta Grossa - PR

Inscrição Municipal: 006.183040
Nº de Inscrição: 00000131-007
04.12.2009



b) Estabelecer que o Município de Mariópolis possui, a seu prazo, todos os direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, sem cessar, definitiva e/ou temporária, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término, no eventual caso, sem que lhe caiba qualquer contraprestação ou cessação dos direitos;

V - Que considerará como já incluído no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência do uso de direitos, por tempo limitado ou total e definitivo;

VI - O compromisso de fazer cessar, em todos os instrumentos de produção de peças, os direitos de cachê, no ato de cessação de uso de obra(s) ou assinatura(s) incorporadas e por o ato de cessação dos direitos;

VII - O compromisso de fazer cessar, nos respectivos atos, que vier a celebrar com terceiros, nos casos de cessação de serviços sob a forma de cessação, desistência e/ou outros, que não implique direitos de uso de imagem e/ou voz, cláusulas expressas estabelecidas:

a) Que serão autôgrafos do Município de Mariópolis, uma cópia finalizada em CD-ROM (PDF) com 100 cópias, de todo material produzido;

b) A cessação dos direitos patrimoniais de uso decorrente do Município de Mariópolis, não poderá, a seu critério, obrigá-lo a transferir direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem qualificação, durante a vigência do contrato e seu término e durante todo o seu término ao eventual terceiro, sem que caiba ao Município qualquer ônus, nem a terceiros quaisquer direitos;

c) Que qualquer esboço ou ideia sem decorrer de obra concluída, será sempre considerado ideia já incluída no custo de produção;

d) O compromisso de sempre assegurar ao Município de Mariópolis, em qualquer situação, a integridade dos direitos autorais e/ou de imagem e/ou voz, em qualquer caso de cessação de uso de obra(s) ou assinatura(s) incorporadas e por o ato de cessação dos direitos;

Ponta Grossa, dia 1 de agosto de 2009.

Formulário de Registro - Representante Legal - Ponta Grossa - PR - Diretor de Licitações
CPF: 049.784.079-16; 8.029.919-38

03.979.287/0001-31
OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE
LTDA
Rua Pedro Bordini, 378 - Distrito
1 - 84403-450 - Ponta Grossa - PR

Inscrição Municipal: 006.183040
Nº de Inscrição: 00000131-007
04.12.2009

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki. Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código A142-2F14-588B-A811.



Ao participar de um certame, por força da Lei 8.666/93, a regra é que o licitante apresente todos os documentos corretamente em conformidade com o edital. Os artigos 3 e 41 da Lei de Licitações tratam do princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Que pressupõe que as empresas participantes obedeçam ao edital.

Ocorre que, existem outros princípios que regem as licitações. Bem como o principal objetivo de uma licitação pública é encontrar a proposta mais vantajosa. Com base nisso, entendendo essa relação entre princípios, a própria Lei 8.666/93 previu a possibilidade de realizar diligência complementar. Esse instrumento serve para privilegiar a competição mediante a manutenção de licitantes.

Ou seja, o objetivo é não inabilitar ou desclassificar uma empresa capaz, por uma omissão ou erro simples, que podem ser verificados ou corrigidos.

O fato de a última página não estar assinada pelo representante, não configura que o documento não estava assinado, uma vez que a proposta de preço com as declarações, estavam carimbadas, e a desclassificação por esse fato é por excesso de formalismo.

É o que estabelece o art. 43, § 3º da Lei de Licitações:

“É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.”

Portanto, um documento sem assinatura, não seria motivo suficiente para inabilitar ou desclassificar o licitante, quando temos à disposição um instrumento tão relevante quanto a possibilidade de diligenciar.

Ainda temos que observar, que a falta de assinatura não interfere no conteúdo do documento, se tratando de um mero erro simples que pode facilmente ser adequado, preservando a proposta.

A decisão do presidente da Comissão de Licitação em considerar impetrante desclassificada para o Convite não se mostra razoável nem proporcional, haja vista que, trata-se de mera irregularidade formal que não trouxe qualquer consequência danosa ao procedimento licitatório.

Ao analisar a proposta de preço da OLE tem-se que todos os requisitos constantes em edital foram preenchidos pela recorrente e, mesmo que a declaração contida juntamente na proposta de preço apresentada não tenha sido assinada pelo representante legal da empresa, verifica-se que o documento está assinado e todas as páginas com o carimbo da empresa, não sendo razoável a desclassificação.



Sobre os princípios da razoabilidade e proporcionalidade, leciona Gilmar

Ferreira Mendes:

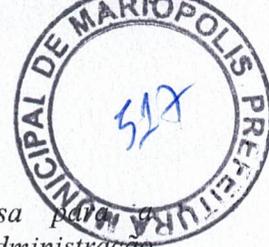
“Utilizado, de ordinário, para aferir a legitimidade das restrições de direitos – muito embora possa aplicar-se, também, para dizer do equilíbrio na concessão de poderes, privilégios ou benefícios – o princípio da proporcionalidade ou da razoabilidade, em essência, consubstancia uma pauta de natureza axiológica que emana diretamente das ideias de justiça, equidade, bom senso, prudência, moderação, justa medida, proibição de excesso, direito justo e valores afins; precede e condiciona a positivação jurídica, inclusive a de nível constitucional; e ainda, enquanto princípio geral do direito, serve de regra de interpretação para todo o ordenamento jurídico. (Mendes, Gilmar Ferreira; Coelho, Inocência Mártires; Branco, Paulo Gustavo G. Curso de Direito Constitucional. Saraiva: 2008, p.120-121.

Deve-se ter em mente que a licitação se destina a assegurar o respeito ao princípio constitucional da isonomia bem como garantir a seleção da proposta mais vantajosa à administração, princípios que não seriam observados se mantida a desclassificação da recorrente, uma vez que a proposta apresentada pela Olé. O ato de desclassificar a recorrente foi desproporcional e desarrazoado, mormente tendo em conta que não houve falta de assinatura, pura e simples, mas assinaturas em outro local e carimbos em todas as páginas, o que não é suficiente para invalidar a proposta evidenciando claro excesso.

Diante dos fatos, pedimos que a OLÉ PROPAGANDA seja **reclassificada**. Pois a interpretação dos termos do edital não pode conduzir a atos que acabem por malferir a própria finalidade do procedimento licitatório, restringindo o número de concorrentes e prejudicando a escolha da melhor proposta.

Podemos verificar que esse entendimento é corroborado pela jurisprudência. Tanto o Tribunal de Contas da União quanto os Tribunais de Justiça já pacificaram o entendimento. É aplicado o formalismo moderado na análise desses casos, prevalecendo o resultado sobre a forma estrita:

“EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. APELAÇÃO CÍVEL. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. PROPOSTA DECLARADA VENCEDORA. FALTA DE ASSINATURA NA OFERTA FINANCEIRA. IRREGULARIDADE QUE NÃO COMPROMETE OS PRINCÍPIOS NORTEADORES DO COMPETITÓRIO. AUSÊNCIA DE DIREITO DO CONCORRENTE PUGNAR PELA INABILITAÇÃO. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional



da isonomia e da proposta mais vantajosa para a Administração (art. 3º da Lei n. 8.666/93). A Administração acha-se vinculada às condições do edital (art. 41 da Lei n. 8.666/93). Todavia, conforme entendimento sedimentado no âmbito do STJ, rigorismos formais extremos e exigências inúteis não podem conduzir a interpretação contrária à finalidade da lei. Tal ocorre no caso dos autos, em que se mostra correta a decisão administrativa que declarou habilitada, concorrente que deixou de assinar a oferta financeira, porém é identificada através de rubrica e dos demais documentos que compõem a proposta, que se mostrou mais vantajosa para a Administração. Ausência de qualquer vulneração dos princípios da licitação. Inexistência de direito da concorrente pugnar pela sua inabilitação. A questão quanto à perda do objeto em razão da assinatura do contrato somente foi suscitada após o julgamento da apelação. Embargos rejeitados. " Fonte: Embargos de Declaração Nº 70052251790, Vigésima Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Marco Aurélio Heinz, Julgado em 27/02/2013 – site TJRS.

Também: Acórdão nº 2159/2016 -TCU –Plenário; Acórdão nº 1535/2019 –TCU –Plenário, Acórdão nº 3418/2014 –TCU –Plenário, Acórdão nº 3615/2013 –TCU – Plenário e Acórdão nº 1795/2015 –TCU –Plenário.

Portanto, a simples ausência de assinatura em um documento ou na proposta não deve causar a inabilitação ou desclassificação do licitante, pois sempre busca-se a seleção da proposta mais vantajosa.

3. DESCLASSIFICAÇÃO DA DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.

Alega que a empresa **DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO** não atendeu aos termos do Edital, que determina como a proposta de preço deve ser apresentada.

Vejamos o que determinava o edital, quanto da apresentação da Proposta de Preços, no item 5.8.8:



5.8.8 Na formulação da proposta de preços a licitantes deverá também seguir o previsto no sub item 5.9.3.

5.9.3 A avaliação das Propostas de Preços das empresas classificadas tecnicamente deverá ser feita mediante a atribuição de um máximo de 100 (cem) pontos, obedecido ao seguinte critério:

a) 50 (cinquenta) pontos à proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção de empresa, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir.

$$P = 50 \times D/M$$

Onde: P = Pontos da Empresa.

D = Desconto Proposto.

M = Maior Desconto Proposto.

b) 15 (quinze) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referente à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação, mantendo-se a fórmula acima para apurar as demais notas.

c) 15 (quinze) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros, referente a elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, mantendo-se a mesma fórmula acima para apurar as demais notas.

d) 20 (vinte) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidentes sobre custos de serviços quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento e serviço de suprimento, mantendo-se a mesma fórmula para apurar as demais notas.

Agora, vejamos como a De Marco apresentou sua proposta de preço e foi classificada, diante dos erros:

A Comissão de Licitação do Município de Maripolis - PR

PROPOSTA DE PREÇO

Razão Social: De Marco Agência de Comunicação Ltda
CNPJ: 07.622.019/0001-80
Endereço: Av. Antonio de Paula Carneiro, 494, Centro - Francisco Baitão - PR.
Telefone(s): (49) 3-8422-3075
E-mail: demarcocomunicao@gmail.com

OBJETO: Contratação de agência de publicidade e propaganda para desenvolver planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de serviços de comunicação que visam dar publicidade aos atos do Executivo Municipal; promoções, patrocinios culturais, materiais para divulgação de serviços a população, e outras ações necessárias à execução da política de comunicação social.

Declaramos que, na vigência de contrato oriundo deste procedimento licitatório, adotaremos as seguintes políticas de preço para os serviços descritos:

a) Desconto de 100% (cento por cento) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciada do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR.

b) Desconto de 30% (trinta por cento) sobre os honorários relativos e pertencentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referente à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, estabelecendo por tanto em 17% (dezessete por cento) nossa remuneração. Valor Total - R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).

VALIDADE DE PROPOSTA: 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação.
Os preços contidos nesta proposta incluem todos os custos e despesas, tais como: custos diretos e indiretos, tributos incidentes, taxa de administração, materiais, serviços, encargos sociais, trabalhistas, seguros, PIS, embargamentos, lucro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto do Edital n.º 372/21 e seus anexos.

Francisco Baitão-PR, 1º de agosto de 2021.

Jeferson Avila
CPF: 020.806.465-17
RG: 4228829
Sócio Administrador

A licitante DE MARCO apresentou a proposta de preços faltando itens conforme estabelece o edital no item 5.93, e mesmo assim foi feita sua avaliação chegando a nota de 93,67, sem nem mesmo ter apresentado todos os itens necessários para a pontuação.



Conforme previsto no item 5.9.3 os valores das proponentes são os seguintes:

EMPRESAS	PONTOS DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO	PONTOS SAMUEL KRUK COMUNICAÇÃO
PONTUAÇÃO GERAL REFERENTE A PROPOSTA	93,67	96

Ocorre que a comissão de licitação ao confirmar a classificação da DE MARCO, mesmo não estando em conformidade com o previsto no item 5.9.3, ocorre em grave erro.

Pois as demais licitantes OLÉ PROPAGADA, SAMUEL KRUK e FAVERI apresentaram as propostas corretamente.

Mesmo diante dos erros apresentados a licitante DE MARCO não foi desclassificada. Mas, a Comissão de licitação desclassificou a THINK HOUSE MARKETING E PUBLICIDADE LTDA, por apresentar declaração incompleta do que solicitava o item do instrumento convocatório.

Dentro desse mesmo parâmetro para a lisura do processo licitatório, pede-se que a licitante **DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA** seja **desclassificada** pelo mesmo critério: **“por apresentar proposta de preço incompleta do que solicitava o item do instrumento convocatório”**.

4. REVISÃO NAS PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS NA PROPOSTA DE PREÇOS.

A comissão de licitações ao realizar a apuração das notas das propostas de preços das licitantes o fez de forma equivocada, vejamos:



5.9.3 A avaliação das Propostas de Preços das empresas classificadas tecnicamente deverá ser feita mediante a atribuição de um máximo de 100 (cem) pontos, obedecido ao seguinte critério:

a) 50 (cinquenta) pontos à proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção da empresa, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

$$P = 50 \times D / M$$

Onde: P = Pontos da Empresa.

D = Desconto Proposto.

M = Maior Desconto Proposto.

b) 15 (quinze) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referente à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação, mantendo-se a fórmula acima para apurar as demais notas.

c) 15 (quinze) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros, referente a elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, mantendo-se a mesma fórmula acima para apurar as demais notas.

d) 20 (vinte) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidentes sobre custos de serviços quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento e serviço ou suprimento, mantendo-se a mesma fórmula para apurar as demais notas.

O edital é claro ao afirmar que na avaliação das propostas de preços serão conferidas as seguintes pontuações:

a) 50 pontos para a proposta que oferecer **MAIOR DESCONTO (segundo a fórmula conforme o edital)**

b) 15 pontos para a proposta que oferecer **MAIOR DESCONTO**

c) 15 pontos para a proposta que oferecer **MAIOR DESCONTO**

d) 20 pontos para a proposta que oferecer **MAIOR DESCONTO**

Entende-se que a empresa que der o maior desconto (exclue-se o item a) pois tem um cálculo diferente) em todos os itens terá a pontuação MÁXIMA, e as que derem descontos inferiores não terão pontuações.

Fórmula para cálculo do item a) - $P = 50 \times D / M$

ITEM	OLÉ PROPAGANDA	DE MARCO	SAMUEL KRUK
A)	45 pontos	50 pontos	46 pontos
B)	0 pontos	0 pontos	15 pontos
C)	15 pontos	0 pontos	0 pontos
D)	20 pontos	0 pontos	0 pontos
TOTAL	80 pontos	50 pontos	61 pontos



5. DO DIREITO

Ademais ressalta-se que devera a Comissão de Licitação com a Autoridade Superiora atentar-se as regras do Edital, conforme preceito e julgados do TCU – Tribunal de Contas da União, tendo como base Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório:

▪ **Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório**

Obriga a Administração e o licitante a observarem as normas e condições estabelecidas no ato convocatório. Nada poderá ser criado ou feito sem que haja previsão no instrumento de convocação.

Portanto esta Comissão de Licitação deverá **julgar o recurso interposto pela empresa Olé Propaganda pelo conhecimento do mesmo, dando provimento para a reclassificação da recorrente, a desclassificação da empresa DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA e proceder uma apurada revisão nas pontuações atribuídas na proposta de preços do referido certame, como já posicionamento do TCU, vejamos:**

Zele para que não sejam adotados procedimentos que contrariem, direta ou indiretamente, o princípio básico da vinculação ao instrumento convocatório, de acordo com os arts. 3º e 41 da Lei nº 8.666/1993.

Acórdão 2387/2007 Plenário

Não obstante, a isonomia é princípio que deve ser resguardado em todo e qualquer procedimento da Administração Pública, como bem observa o doutrinador Antônio Roque Citadini, conselheiro do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em sua obra “Comentários e Jurisprudência sobre a Lei de Licitações Públicas”, 3ª Ed., São Paulo: Editora Max Limonad, 1999, pp. 45 a 47:

“A igualdade de todos os licitantes diante da Administração é princípio de máximo relevo, que decorre do princípio constitucional da igualdade dos administrados, segundo o qual estes estão perante a Administração em situação de equiparação, vedados quaisquer privilégios ou distinções. Tal princípio é dogma constitucional, como pode ser verificado pelo inciso XXI, do artigo 37 da Constituição Federal, e preceito legal que já estava presente no Decreto Lei nº 2.300/86, revogado. Diz Hely Lopes Meirelles que ‘a igualdade entre os licitantes é o princípio impeditivo da discriminação entre os participantes do certame, que através de cláusulas que, no edital ou convite, favoreçam uns em detrimento de outros, quer mediante



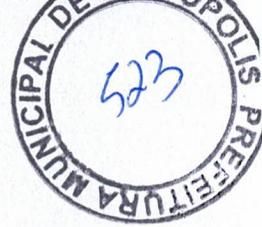
julgamento faccioso, que desiguala os iguais ou iguale os desiguais.

A constituição Federal é veemente nesse ponto, segundo o Prof. José Afonso da Silva, ao dizer que 'a mesma confere a igualdade perante a lei, sem distinções de qualquer natureza'. **Assim, não se justifica qualquer discriminação promovida pela Administração direta ou indireta, em detrimento de eventual licitante.** Impõe que todos os interessados acudam ao certame licitatório sem qualquer restrição que os desiguala perante a Administração Pública, visando a contratação de obras, serviços, compras, locações e alienações, cumprindo ressaltar que deve ficar assegurada a execução contratual, apresentadas as garantias mínimas legais que sustentem a idoneidade do concorrente.". (grifou-se)

6. DOS PEDIDOS

Diante de toda a fundamentação exposta, requer:

- a) Que seja recebido o presente RECURSO ADMINISTRATIVO nos termos apresentados pela Empresa OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI, para:
- b) Para que no mérito do **RECURSO ADMINISTRATIVO** seja **JULGADO PROCEDENTE** a **RECLASSIFICAÇÃO** da recorrente **OLÉ PROPAGANDA**;
- c) Seja feita **REVISÃO NAS PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS NA PROPOSTA DE PREÇOS** devendo ser seguido os critérios objetivos fixados no edital, como também os dispostos exaustivamente citados nesse documento.
- d) Desclassificação da proponente **DE MARCO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**;
- e) Que seja oportunizada direito de defesa a empresa recorrida no prazo legal.



- f) Por fim, destaca que o provimento do presente Recurso é medida de JUSTIÇA, e evitando assim medidas judiciais cabíveis ainda com pedido LIMINAR, eis que, de modo diverso, o certame infringiria os princípios constitucionais que o norteiam, previstos no art. 37, “caput” e seu inciso XXI da Constituição Federal.

Nestes termos,

Pede e espera deferimento amplo.

Ponta Grossa, dia 02 de setembro de 2021

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI
FÁBIA VALÉRIO
CPF nº 855.719.209.63

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)



O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/A142-2F14-588B-A811> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: A142-2F14-588B-A811



Hash do Documento

59810D20917AAF2C506AFE74D794B10B294BCCA4876085263D54422CCD4A7614

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 03/09/2021 é(são) :

Fabia Valerio Pauliki - 025.607.969-29 em 03/09/2021 09:34
UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - OLE - PROPAGANDA E PUBLICIDADE
EIRELI - 03.979.287/0001-31

