



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

RESPOSTA AO RECURSO CONCORRÊNCIA Nº 002/2023-PMLS

Laranjeiras do Sul-PR, 22 de agosto de 2023.

Objeto: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIACÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS JUNTO A VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO, VISANDO ATINGIR PÚBLICOS DE INTERESSE.

RECORRENTE: **LUCAS SERAPIO FERREIRA ME.**

I. DA ADMISSIBILIDADE DO RECURSO APRESENTADO

Com relação à admissibilidade, o Art. 109 da Lei Federal 8.666/1993 aduz que:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante.

Assim, o Recurso Administrativo da empresa LUCAS SERAPIO FERREIRA ME, merece ser conhecido, porquanto, protocolizado dentro do prazo legal (tempestivo), a parte legítima e o instrumento manejado é adequado ao fim que se propõe.

Decorrido o prazo para apresentação de recursos foi aberto prazo para apresentação de contrarrazões, conforme Art. 109, § 3º da Lei Federal 8.666/1993. Apresentaram contrarrazões ao recurso da empresa LUCAS SERAPIO FERREIRA ME as seguintes proponentes:

- BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA;
- CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA.

II. DAS RAZÕES DO RECURSO DA EMPRESA LUCAS SERAPIO FERREIRA ME

Em apertada síntese a recorrente aduz em relação a empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA:

[Handwritten signatures]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

- 1) Precificação incorreta da Rádio Educadora;
- 2) Ultrapasse do valor máximo de campanha;
- 3) Erro na formatação da proposta ao deixar espaço entre o final do texto da “Estratégia de Comunicação Publicitária” e a “Ideia Criativa”;
- 4) Omissão de empresa prestadora de serviço de pesquisa de opinião;
- 5) Informações incompletas na proposta;
- 6) Campanha sem mês de veiculação.

Em relação à empresa BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA:

- 1) Veículo de Comunicação com valores incorretos;
- 2) Erro na formatação da proposta ao lançar os parágrafos na linha imediatamente posterior.

Em relação à empresa SAMUEL Kruk COMUNICACAO LTDA:

- 1) Precificação incorreta do jornal;
- 2) Ultrapasse da verba de campanha;
- 3) Apresentação desnecessária de orçamentos;
- 4) Soma incorreta do valor do flyer;
- 5) Omissão de informações no flyer;
- 6) Confusão na veiculação da campanha;
- 7) Banner em local incorreto no site da prefeitura.

III – DAS CONTRARRAZÕES

A empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA apresentou contrarrazões alegando em relação a cada item:

PR.
2



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

- 1) Que o preço da Rádio Educadora está correto conforme valores enviados pelo veículo de comunicação;
- 2) Não estando os valores precificados incorretamente, não há o que se falar em ultrapasse dos valores de campanha;
- 3) Aplicação do princípio do formalismo moderado e que há distinção entre os conceitos atribuídos pelo edital as categorias Item, Subitem, Quesito e Subquesito;
- 4) Que utilizou expediente válido e permitido tanto pelo edital quanto pela lei 12.232 para melhor formulação da sua proposta;
- 5) As informações estão presentes na proposta e que as alegações são mero inconformismo da recorrente;
- 6) Que não cabe às licitantes exigir ou escolher aleatoriamente as datas de veiculação para as campanhas simuladas apresentadas no certame.

Já a empresa BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA alega como contrarrazões que:

- 1) Que o valor do veículo de comunicação está correto de acordo com os valores obtidos;
- 2) A empresa seguiu o edital, não apresentando em nenhum momento da proposta recuo.

IV – DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Antes de passar à análise do recurso, cabe ressaltar que o julgamento da Subcomissão Técnica seguiu todos os trâmites da Lei 12.232/2010 e do instrumento convocatório, atendo-se à experiência dos membros da subcomissão.

Destaca-se que a Subcomissão Técnica na análise das propostas técnicas, cuidou para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

RD
[Assinatura]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

A Subcomissão Técnica relevou aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometessem a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

Em relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA;

1) Precificação incorreta da Rádio Educadora

A recorrida apresentou valor de R\$ 30,60 por inserção no veículo Rádio Educadora, comprovando esse valor conforme orçamento anexado a sua contrarrazão, bem como email de 25 de abril de 2023 pedindo confirmação de que os valores são válidos para todo período de 2023, sendo confirmado pelo veículo de comunicação.

Desta forma, ainda que os valores apresentados sejam diferentes dos apresentados pela recorrente, a culpa não é da recorrida, pois a mesma buscou os valores junto ao veículo de comunicação, lhe sendo fornecido o valor de R\$ 30,60. Portanto, não assiste razão a recorrente.

2) Ultrapasse do valor máximo de campanha

Conforme análise acima, não houve falha da empresa quanto à precificação do veículo Rádio Educadora, portanto não há o que se falar em superação da verba da campanha.

Entretanto, ainda que a verba da campanha tivesse sido extrapolada por eventual falha no somatório, haveria de se verificar eventual benefício para a recorrida. O TCE/PR através do Acórdão 344/22 – Pleno já entendeu ser insignificante uma diferença de cerca de 3% sobre o valor máximo da campanha:

Tomando por base o valor máximo fixado no Edital[10] (R\$ 25.000,00), a diferença em questão representaria apenas 3,2% dele, **o que não traduz uma variação significativa a ponto de colocar em xeque a exequibilidade da proposta.** Ademais, a Representação não trouxe elementos que pudessem ratificar a inexecutabilidade suscitada, de modo que, isoladamente, a diferença apontada não atesta a procedência da insurgência. Grifo

Corroborando o entendimento acima, o próprio edital em seu item 7.3.4.1. “e” nos traz que:

e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Ou seja, não há o que se falar em verba da campanha simulada extrapolada.

3) Erro na formatação da proposta ao deixar espaço entre o final do texto da “Estratégia de Comunicação Publicitária” e a “Ideia Criativa”

Com relação ao espaçamento em comento, a Subcomissão Técnica entende que não trouxe qualquer prejuízo ao certame, ao passo que não houve a identificação da proponente e não extrapola as regras do edital.

Com efeito, não consta na via não identificada da empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA qualquer item que possibilite sua identificação. O simples lançamento de espaçamento não possibilita a identificação da proponente.

O edital é claro na tabela 7.1 onde apresenta os campos QUESITOS e SUBQUESITOS, dentre os quais são subdivididos em itens e subitens.

Dentro do quesito 01 – a tabela 7.2. **Quesito 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada,** existe a divisão de 04 subquesitos sendo eles:

- I. Raciocínio Básico
- II. Estratégia de Comunicação Publicitária
- III. Ideia Criativa
- IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia

O quesito 01 contém como regra para sua apresentação que a licitante deverá levar em consideração os itens de ‘a’ a ‘j’.

Com isso, verificando o envelope apresentado pela empresa, não demonstra nenhum descumprimento do item f – pois, a exigência em relação ao espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, sem espaçamento se refere aos **títulos, subtítulos e/ou subitens**.

A empresa recorrida CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, em seu envelope apresentou o quesito 01, e conseqüentemente os quesitos I, II, III e IV dentro do que previu o edital.

Neste sentido os quesitos de **Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia** estão todos com os seus títulos, itens e subitens e espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, sem espaçamento.

O próprio item 7.2.7. que é correspondente ao quesito 01, prevê que “Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação de número de páginas”.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

O parágrafo que é alegado pela recorrente dando uma suposta indicação de “identificação” da recorrida foge a razoabilidade, pois trata-se de um ponto final ao quesito apresentado, tanto é que os demais quesitos detêm regras específicas para cada caso, como determinam os itens 7.3.1, 7.3.2 e 7.3.3.

Por fim, verificando o envelope 01 apresentado pela empresa, nota-se que o suposto erro teria ocorrido no subquesito IV - **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, sendo que suas regras de apresentação são regidas pelo item 7.3.4;

7.3.4. Subquesito 04 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

– Constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

c) plano de mídia: composto por planilha de programação das inserções, contendo os valores por veículos de divulgação, formatação das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos, e demais informações que a agência julgar relevantes;

d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (quando possível) sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

7.3.4.1. Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o edital seja republicado, com reabertura do prazo legal, os preços a ser considerados deverão ser os vigentes na data do último aviso de licitação.

b) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, exceto redes sociais;



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

c) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.

Com isso, desnecessário maior esforço argumentativo, sendo que não há como proceder a desclassificação da recorrida no que tange a alegação de descumprimento do item 7.2 item “f” do edital.

Importante salientar que a proposta da recorrente possui erro de espaçamento, o qual foi notado e consignado em ata pela subcomissão técnica, entretanto não sendo a empresa inabilitada, conforme se vê na Ata 001 de Análise dos Invólucros nº 01 – Via Não Identificada:

Na sequência, a Subcomissão Técnica passou a análise quanto ao atendimento do item 7.2. do edital, verificando a formatação das propostas e discutindo pontos sobre o tema. Na Proposta 3 foi verificado que a licitante equivocou-se nos títulos, deixando de lançar o texto na linha imediatamente posterior conforme item 7.2. “g”. Deste modo, a Subcomissão Técnica com base no item 16.4. do edital de concorrência e com fulcro no princípio do formalismo moderado, decide que o equívoco enquadra-se em erro formal, incapaz de macular a lisura do certame. Na sequência, a Subcomissão Técnica encerrou a análise quanto ao atendimento do item 7.2. do edital e decide por encerrar a reunião às 11h15min, devendo ser retomada às 13h30min do dia 30/05/2023.

A presente subcomissão não tem por objetivo descumprir normas, mas pautar suas decisões considerando o princípio da competitividade, evitando assim que o formalismo excessivo sobreponha à finalidade do certame, sempre observados os princípios da legalidade e impessoalidade dos atos praticados.

O princípio do formalismo moderado é tão importante que a própria Nova Lei de Licitações o trouxe expressamente. Ainda, o edital de licitação em seu item 16.4. trouxe a previsão de que a CPL ou a Subcomissão Técnica poderá releva pequenos erros formais:

16.4. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão releva aspectos puramente formais nos

 7



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, caput, da Lei n.º 8.666, de 1993.

Assim, entendemos que a presente manifestação não pode ser interpretada como inobservância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, mas o entendimento de que o edital objetiva assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

4) Omissão de empresa prestadora de serviço de pesquisa de opinião

A empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA contratou uma pesquisa de opinião visando subsidiar os dados da sua proposta técnica. Para tanto, valeu-se do Art. 2, § 1º, I, da Lei 12.232/2010 que traz:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

Ou seja, não é vedado a realização de pesquisas e instrumentos de avaliação e desde que se voltem a aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação conforme art. 3º da 12.232/2010.

Dito isto, verifica-se que a pesquisa encomendada pela recorrida visou exatamente subsidiar a elaboração da sua campanha simulada, buscando dados para que se melhor possam alocar os recursos disponíveis. Não há o que se falar em vedação ou extrapolação do edital.

70-
[Handwritten signature]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Ainda, o edital não proíbe a realização de pesquisa de opinião e também em nenhum momento solicita qualquer comprovação da empresa que eventualmente a tenha feito.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

5) Informações incompletas na proposta

A recorrente alega que a recorrida deixou de mencionar informações sobre a veiculação do outdoor bem como dados de produção do folder.

A Subcomissão Técnica discorda do posicionamento da recorrente. Abaixo observa-se os Anexos 05, 07 e 09 da recorrida:

Anexo 05 - Mapa de Programação de OOH

TIPO DE MÍDIA	VEÍCULO	FORMATO	PROGRAMAÇÃO	TT (WS)	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
OOH	Outdoor	9x3m	Rod. Br 158 X Rua Santana - Bairro Eletrosul (Trevo Rio Bonito), Laranjeiras do Sul	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Outdoor	9x3m	Av. Santos Dumont esq. Av. José Campesinato	2	R\$937,50	R\$1.875,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Outdoor	9x3m	Rua Sete de Setembro esq. José Nogueira do Amaral	2	R\$937,50	R\$1.875,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Outdoor	9x3m	Av. Santos Dumont esq. Souza Naves	2	R\$937,50	R\$1.875,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL					R\$ 7.625,00																															

Anexo 07 - Mapa de Programação de Não Mídia

TIPO DE MÍDIA	VEÍCULO	FORMATO	PROGRAMAÇÃO	TT-INS	VALOR UNITÁRIO TABELA	VALOR TOTAL BRUTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
NÃO MÍDIA	Mala Direta	Distribuição	Domicílios Laranjeiras do Sul porta a porta/Comercos	7.000	R\$ 1,55	R\$ 10.850,00	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
TOTAL					R\$ 10.850,00																															

Anexo 09 - Produção

	VEÍCULO	FORMATO	PROGRAMAÇÃO	TOTAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
PRODUÇÃO	Produção de VT	30"	Produção de VT	1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
	Spot	30"	Produção de Spot	1	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00
	Cartaz Outdoor	9x3m	Produção papel	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
	MUB - Pontos de ônibus - adesivo	237x90cm	Produção e instalação de adesivo	40	R\$ 155,00	R\$ 6.200,00
	Lona para painel	3x2m	Produção de lona	2	R\$ 580,00	R\$ 1.160,00
	Folder	25x20/ dobra/couchê 115g	Produção folder mala direta	7000	R\$ 0,27	R\$ 1.890,00
	Banco de imagem	Freepik	Banco de Imagem	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
TOTAL					R\$ 16.550,00	

Agora vejamos o que diz o item 7.3.4. "c" do edital:

c) plano de mídia: composto por planilha de programação das inserções, contendo os valores por veículos de divulgação, formatação das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos, e demais informações que a agência julgar relevantes;

Pode-se observar dos dados acima e pelo edital que a recorrida apresentou todos as informações solicitadas no instrumento convocatório.

Portanto, não merece prosperar o argumento da recorrente.

RD-
DP
9



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

6) Campanha sem mês de veiculação

A recorrente sustenta que a campanha simulada da recorrida deveria ter indicado o mês em que seria aplicada.

O *Briefing* da licitação quando trata do período da campanha menciona:

7. PERÍODO

A simulação da campanha deverá considerar um período de 30 (trinta) dias corridos para sua execução.

Ou seja, não há a exigência de que a agência escolha uma data, um mês para divulgar a campanha. Até porque insto é de competência da administração. Verifique-se ainda que o *Briefing* exige a elaboração de uma campanha simulada que pode ser aplicada em qualquer período, diferentemente de no caso de o *Briefing* tratar de uma campanha sobre o Natal Iluminado ou Laranja da Canção, por exemplo, que são eventos que possuem datas definidas.

Portanto, não merece prosperar o argumento da recorrente.

Em relação à BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA;

1) Veículo de Comunicação com valores incorretos

A recorrida apresentou valor de R\$ 22,90 para um “spot de 30” Rádio Líder Sul, comprovando esse valor conforme orçamento anexado a sua contrarrazão, bem como email de 19 de abril de 2023 do veículo de comunicação repassando os valores para a agência.

Desta forma, ainda que os valores apresentados sejam diferentes dos apresentados pela recorrente, a culpa não é da recorrida, pois a mesma buscou os valores junto ao veículo de comunicação, lhe sendo fornecido o valor de R\$ 22,90. Ainda, o valor é insignificante, incapaz de macular a exequibilidade da campanha simulada da licitante.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

2) Erro na formatação da proposta ao lançar os parágrafos na linha imediatamente posterior



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

A recorrente alega que a recorrida incorreu em erro ao descumprir os itens 7.2 “e” e “g”.

Vejamos o que dizem os itens:

7.2. Quesito 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação a licitante deverá levar em consideração as seguintes orientações:

[...]

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

[...]

g) títulos, subtítulos e/ou subitens devem ser lançados na linha imediatamente posterior ao do subitem anterior, respeitando-se todas as determinações do item 7.2.

[...]

Da análise dos dispositivos acima, verifica-se do item “e” que os títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos. Ou seja, os parágrafos são lançados na linha imediatamente posterior, sem recuo.

E foi isso que entenderam as 03 (três) outras licitantes a não ser a recorrente que lançou seu texto corrido, sem recuos e também sem parágrafos, dificultando inclusive a leitura. Tal fato foi notado e consignado em ata pela subcomissão técnica, entretanto não sendo a empresa inabilitada, conforme se vê na Ata 001 de Análise dos Invólucros nº 01 – Via Não Identificada:

Na sequência, a Subcomissão Técnica passou a análise quanto ao atendimento do item 7.2. do edital, verificando a formatação das propostas e discutindo pontos sobre o tema. Na Proposta 3 foi verificado que a licitante equivocou-se nos títulos, deixando de lançar o texto na linha imediatamente posterior conforme item 7.2. “g”. Deste modo, a Subcomissão Técnica com base no item 16.4. do edital de concorrência e com fulcro no princípio do formalismo moderado, decide que o equívoco enquadra-se em erro formal, incapaz de macular a lisura do certame. Na sequência, a Subcomissão Técnica encerrou a análise quanto ao atendimento do item 7.2. do edital e decide por encerrar a reunião às 11h15min, devendo ser retomada às 13h30min do dia 30/05/2023.

Ou seja, o erro foi cometido pela recorrente, e mesmo assim a Subcomissão Técnica o relevou e manteve a habilitação da mesma.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

Em relação à SAMUEL Kruk COMUNICACAO LTDA;

1) Precificação incorreta do jornal

RD
[Assinatura]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Alega a recorrente que a precificação correta do jornal seria de R\$ 49.731,48 e não de R\$ 24.479,00 conforme demonstrado pela recorrida.

Ao observarmos a tabela de Preços do Jornal Correio do Povo percebemos que empresa adotou valor do cm/coluna no enquadramento “Classificados”, e não “Noticiário”, conforme fizeram as outras licitantes. Contudo, a Subcomissão entende que a diferenciação não é vedada, cabendo a cada licitante a elaboração técnica de sua Estratégia de Mídia e Não Mídia. Abaixo os cálculos descritivos.

Valor de tabela para 1 página - Terça a sexta

1 página (175 cm/col) X R\$ 34,97 (R\$ 26,90 + 30% / cor) = R\$ 6.119,75

Valor multiplicado por 3 inserções indicadas no plano de mídia - R\$ 18.359,25.

Valor de tabela para 1 página - Sábado e domingo

1 página (175 cm/col) X R\$ 47,97 (R\$ 36,90 + 30% / cor) = R\$ 8.394,75

Valor de 1 inserção indicada no plano de mídia - R\$ 8.394,75.

Valor Total: R\$ 18.359,25 + R\$ 8.394,75 = R\$ 26.754,00

Desta forma, identifica-se que a empresa desconsiderou a diferença do preço de tabela para a inserção de 1 página nas edições de sábado e domingo. Nesse sentido, realmente houve distorção no montante de investimento para o meio jornal, na importância de R\$ 2.275,00.

Entretanto, ao considerar o adicional ao valor global da campanha (R\$ 81.921,00), o montante salta para R\$ 84.196,00. Assim, não extrapola o limite previsto no edital. Além disso, a Subcomissão se fundamentou no item 7.3.4.1 “e”:

e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.

Na mesma seara, a própria recorrente incorreu em erro de soma de valores na campanha simulada, conforme recurso interposto pela BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, sendo que não somou um valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) em sua campanha simulada. Vejamos a resposta dada pela recorrente:

Por fim, em relação ao equívoco na soma da nossa proposta, houve apenas uma imprecisão no cálculo, no qual deveria-se somar R\$1.000,00 ao valor total. Contudo, todos os valores estão contidos corretamente na proposta,



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

de acordo com o repassado pelos veículos. E mais, tal fato não altera significativamente nossa proposta simulada, muito menos ultrapassa a verba da campanha de R\$ 100 mil reais. Ou seja, não deve ser fator determinante para alterar nossa pontuação, vez que não há omissão ou confusão de valores, apenas o esquecimento de um valor no momento da soma.

Assim, a própria recorrente incorreu em erro de soma de valores na campanha simulada e justificou sob a ótica de o valor total não ultrapassar o valor da campanha. No pensar da recorrente, quando o erro de outras empresas, merece desclassificação, quando é seu, não é fator determinante para desclassificação ou redução de pontuação.

Deste modo, a Subcomissão Técnica, com base no edital, no princípio do formalismo moderado e no próprio entendimento contraditório da pugnant em sua contrarrazão, entende não assistir razão à recorrente.

2) Ultrapasse da verba de campanha

Como se verifica na fundamentação cima, não se verifica extrapolação do valor da campanha, não cabendo maiores considerações.

3) Apresentação desnecessária de orçamentos

A recorrente se insurge pela recorrida ter apresentado os orçamentos dos veículos de comunicação.

Não há qualquer vedação no edital para a apresentação dos orçamentos, desde que através deles não se identifique a licitante, o que não ocorreu. A Subcomissão Técnica não vê qualquer problema na apresentação das cotações realizada pela recorrida, pelo contrário, denotou lisura e transparência na sua proposta.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

4) Soma incorreta do valor do flyer

A recorrente se insurge pela recorrida ter cometido um erro na soma do valor do flyer, apresentando o valor de R\$ 3.402,00 quando pelo cálculo: $30.000 \text{ un} \times \text{R\$ } 0,11 = \text{R\$ } 3.300,00$. Ou seja, uma diferença de R\$ 102,00.

A recorrente por certo não se atentou ao orçamento apresentado pela recorrida à página 458 do processo licitatório no qual consta o valor de R\$ 0,1134 por unidade

R.D.
B. D.



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

de flyer. Assim, $30.000 \text{ un} \times \text{R\$ } 0,1134 = \text{R\$ } 3.402,00$. Deste modo, não há erro nos valores.

Ainda que houvesse o equívoco, a diferença seria insignificante, perfazendo cerca de 0,1% do valor máximo da campanha simulada. Outrossim, caso fosse em valores mais vultuosos, prejudicaria tão somente a recorrida, que teria menos verba para utilizar em outros meios de comunicação.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

5) Omissão de informações no flyer

A recorrente alega que a recorrida deixou de mencionar informações sobre a dados de produção do flyer.

Novamente a recorrente por certo não se atentou ao orçamento apresentado pela recorrida à página 458 do processo licitatório no qual consta dados de produção dos flyers suficientes para avaliação da proposta.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

6) Confusão na veiculação da campanha

A recorrente alega que a recorrida deveria ter informado com maior precisão em quais veículos, pontos que deveriam ser veiculados os spots e layouts de outdoor e jornal.

A Subcomissão Técnica não verifica qualquer motivo que enseje a desclassificação da recorrida, ou mesmo revisão de pontuação, tendo em vista que a campanha foi analisada, pontuada e esta pontuação justificada pela Subcomissão. Entende-se que se a campanha fosse realmente ser executada, tais informações poderiam ser decididas inclusive junto do contratante, não sendo algo relevante e passível de desclassificação.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

7) Banner em local incorreto no site da prefeitura

A recorrente alega que a recorrida propõe a veiculação de banner no site da prefeitura em local onde são veiculadas as notícias, portanto inadequado.

A Subcomissão Técnica não verifica qualquer motivo que enseje a desclassificação da recorrida, ou mesmo revisão de pontuação, tendo em vista que a

14



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

campanha foi analisada, pontuada e esta pontuação justificada pela Subcomissão. Além disso, a recorrida faz a sugestão e o contratante aceita se quiser no momento da veiculação.

Por fim, a recorrente questiona a veiculação na plataforma Vimeo, questionando se a municipalidade possui conta na mesma. Denota-se que a recorrente não leu a proposta da recorrida e nem sequer realizou uma busca. Com uma simples pesquisa a recorrente encontraria o perfil da municipalidade, sendo membro desde 2017:

Atividade	
Vitrines	0
Seguidores	5
Seguindo	0
Coleções	0
Assinante desde	Apr 2017

Portanto, não assiste razão a recorrente.

V – CONCLUSÃO

De todo o exposto, conclui-se que o recurso apresentado pela empresa **LUCAS SERAPIO FERREIRA ME** não merece ser provido em nenhum de seus termos.

72
[Handwritten signature]



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Plácido Damiani Neto

PLACIDO DAMIANI NETO
Membro Subcomissão Técnica

Diana Pretto

DIANA PRETTO
Membro Subcomissão Técnica

Dener B. Nogueira

DENER BORBA NOGUEIRA
Membro Subcomissão Técnica