

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

PROTOCOLO Nº 59.18062
Em: 17.08.21 11:21
[Assinatura]
FUNCIORÁRIO

TOMADA DE PREÇO Nº 03/2021.



CONTRARRAZÕES AO RECURSO AO RECURSO ADMINISTRATIVO

A empresa **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, onde recebe intimações, inscrita na licitação supra, tendo o resultado apresentado através de Ata datada de 05/08/2021 às 09h00, que apresentou o resultado das propostas técnicas, vem apresentar suas Contrarrazões ao Recurso Administrativo movido pela empresa **FAVERI COMUNICAÇÃO**, "data vênia" I vem, tempestivamente, com fulcro no artigo 109, § 3º e artigo 110, ambos da Lei 8.666/93, assim o fazendo perante o PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CORONEL VIVIDA, na conformidade das razões que em anexo seguem.

Assim, requer a Vossa Senhoria, que seja a presente **IMPUGNAÇÃO AO RECURSO ADMINISTRATIVO** recebida nos efeitos devolutivos e suspensivos, haja vista, sua tempestividade, pois a Recorrida foi intimada para apresentar suas contrarrazões em 13/08/2021. Portanto, o prazo da empresa Recorrida de 5 (cinco) dias, iniciou-se em 16/08/2021, findando em 20/08/2021, conforme preceitua o parágrafo 2º do artigo 109 da Lei 8.666/93 e encaminhada à autoridade superior, após cumprimento das formalidades legais.

Termos em que, pede provimento.

Ponta Grossa, 16 de agosto de 2021

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI



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, oferecer:

CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

Em relação ao Recurso apresentado pela empresa **FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA** na Tomada de Preço nº 03/2021 a Comissão de Licitação Municipal de Coronel Vivida – Paraná, o que faz com fundamento na Lei 8.666/1993, pelas razões a seguir alinhavadas:

I – DA SÍNTESE NECESSÁRIA

Compulsando o presente processo licitatório, identifica-se que em 25/06/2021 ocorreu a 1ª SESSÃO PÚBLICA destinada ao recebimento dos invólucros nº 01, 02, 03 e 04 e a abertura dos invólucros nº 01 e 03. (ATA DA 1ª SESSÃO PÚBLICA).

Dando continuidade ao certame, em 05/08/2021 às 09h00 foi iniciada a 2ª SESSÃO PÚBLICA para apuração do Resultado Geral das Propostas. (ATA DA 2ª SESSÃO PÚBLICA). **Momento este que ainda sem ter conhecimento da Autoria das Propostas.** Com a abertura do invólucro nº 2 e consequente identificação da Autoria das Propostas Técnicas Não Identificadas, foram conhecidas as Notas Técnicas das respectivas empresas:

COLOCAÇÃO	LICITANTE	PONTUAÇÃO FINAL PROPOSTA TÉCNICA
1º lugar	Faveri Agencia de Publicidade Ltda	97,66
2º lugar	Olé Propaganda e Publicidade Eireli	90,59
3º lugar	K2 Agencia de Publicidade Eireli	83,93

Identifica-se, portanto, que a ora a Contrarrazoante OLÉ ficou classificada em 2º. lugar nessa fase do certame, somando 90,59 pontos.

Irresignadas com o resultado, a empresa FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA interpôs Recurso Administrativo por meio do qual buscam, em suma, pugna pela desclassificação ou redução da pontuação da ora Contrarrazoante OLÉ.

Ocorre que, conforme será pontualmente analisado a seguir, os fundamentos e pedidos das Recorrentes não merecem prosperar.



II – RAZÕES DO RECURSO

Inicialmente, antes de adentrar na manifestação pontual sobre cada Recurso Administrativo, oportuno observar que, diante da classificação acima mencionada, a Recorrente, ataca duramente a OLÉ impingindo à mesma situações e descumprimentos que não existem. Ataques que não se limitaram à ora Contrarrazoante, mas também buscaram atingir a PREFEITURA MUNICIPAL DE CORONEL VIVIDA e a Subcomissão Técnica apontando supostas máculas no processo licitatório e suposta quebra de isonomia que em nenhum momento ocorreu.

II.1 – CONTRARRAZÕES AO RECURSO APRESENTADO PELA LICITANTE FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA

No item 3 do recurso apresentado pela licitante FAVERI são apontados trechos da Proposta Técnica da Licitante OLÉ de forma indevida, buscando desqualificar, confundir ou levantar falsas suposições.

Os itens apresentados não caracterizam nenhuma infração ao edital. Trata-se apenas de um julgamento particular feito pela licitante FAVERI, mas sem fundamento para que seu deferimento prospere, pois não encontram razões suficientes para que sejam sustentados.

Há uma busca exacerbada por eventuais equívocos que a licitante OLÉ pudesse ter apresentado em sua proposta, tornando o recurso um documento onde a FAVERI expressa sua opinião sem a devida fundamentação que justifique seu pedido de desclassificação da licitante OLÉ.

Ademais, conforme será demonstrado oportunamente nestas contrarrazões, eventual alteração da nota da Proposta Técnica em momento posterior a identificação do Invólucro nº 1 geraria uma situação de novo julgamento com conhecimento de Autoria em frontal descumprimento a sistemática que originou o critério de julgamento da Lei 12.232/10 adotado de forma análoga na presente licitação em flagrante descumprimento do art. 12 da Lei 12.232/10.

No entanto, no exercício da ampla defesa da Contrarrazoante, vem a mesma tecer abaixo os esclarecimentos sobre os apontamentos em relação as questões técnicas invocadas.

1 - Resposta ao item 1



A Estratégia de Mídia adotada pela agência é apresentada com coerência. A licitante FAVERI cita como erro o fato da OLÉ não apresentar o custo de distribuição do panfleto, ocorre que a licitante OLÉ, o fez como consta em sua defesa técnica utilizando os recursos próprios da prefeitura

Panfleto

Nossa sugestão é a produção de 2.000 panfletos tamanho A5. Sugerimos que os panfletos sejam distribuídos, que acontecerá da seguinte maneira: serão disponibilizados em locais como escolas, centros comunitários, além de prédios públicos como postos de saúde, ginásios de esportes, recepção da prefeitura e secretarias, em local de fácil visualização da população que frequenta esses ambientes. Dessa maneira não teremos custo com a distribuição.

Dessa maneira ao utilizar os recursos próprios da prefeitura, a OLÉ apenas atende o que pede o edital em determinados pontos do mesmo:

Item 10.3.4:

10.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentada em fonte Arial, tamanho da fonte 12, espaçamento entre linhas de 1,5, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, explicando e justificando a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente e em função da verba disponível, devendo conter:

- a) adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto;
- b) adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido;
- c) conhecimento dos hábitos de comunicação do público alvo, adequando-os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados;
- d) consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- e) economia na aplicação da verba destinada;
- f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

Briefing no item VII – Produção de Mídia:

VII – Produção e Mídia: A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada conforme as necessidades do cliente de produção e veiculação, estando nela inclusos os valores de remuneração legal da agência de publicidade e propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade socioeconômica do Poder Executivo Municipal.



Desta forma a licitante OLÉ apenas cumpriu o que determinava o edital.

Ademais, a utilização de “Recursos Próprios”, foi julgada pelo Exmo. Des.

Renato Braga Bettega do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, em 05 de março de 2021:

Como bem fundamentado pelo Juízo Singular ao apreciar o pedido liminar formulado no mandado de segurança, **“a utilização criativa e astuciosa de banco de dados é, para além da ilegalidade, forma engenhosa e diferencial de desenvolvimento do plano de mídia, o que demonstra expertise e perspicácia no ramo, não sendo motivo para afastamento da proposta. Ao contrário, indica capacidade técnica a diferenciar a proposta justificando, como ocorreu, a obtenção de melhor score criativo”** (mov. 10.1, p. 01).

(...) Saliente-se que o fato de a empresa vencedora **não ter especificado em sua proposta o valor da colocação de adesivos em veículos oficiais também não se presta para invalidar o resultado do certame, visto que a aposição de colantes constitui tarefa que pode ser realizada pelos próprios funcionários do Município, não representando, necessariamente, custo extra a ser suportado pela Administração.** Outrossim, também não se verifica violação ao disposto na Lei nº 12.232/2010, que disciplina sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda. Isso porque que há previsão na referida legislação acerca da negociação de descontos, nos termos do disposto no art. 15: “Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.”

Portanto o fato da utilização de “Recursos Próprios” para a distribuição dos panfletos, não pode ser considerado uma gravíssima falha como apontado pela licitante FAVERI.

Resposta 2 – Valor de 1 página do Jornal Diário do Sudoeste



Novamente a licitante FAVERI faz apenas julgamentos pautados em opinião própria, sem demonstrar qual seria o desacordo ao edital na proposta da OLÉ. A proposta apresentada trata de uma escolha estratégica da agência, e não apresenta nenhum equívoco ou falha que comprometa a estratégia ou mesmo sua validade. Se há ineficiências na proposta apresentada, este julgamento cabe único e exclusivamente à subcomissão técnica, e esta já fez seu devido julgamento, vide a pontuação atribuída à este quesito e suas justificativas.

No que tange ao valor de 1 página do Jornal Diário do Sudoeste, a FAVERI busca confundir a interpretação da proposta levantando falsas informações. A Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela OLÉ está correta. A interpretação diferente disso é feita por conta própria e de forma maliciosa. Os valores de tabela estão corretos, conforme consta na tabela fornecida pelo veículo a OLÉ.



Pato Branco, 21 de junho de 2021.

À
Olé Propaganda

Cliente: Prefeitura Municipal de Coronel Vivida

Diário do Sudoeste:
Valor - R\$ 7,40 cm/col

Formato Jornal – 26 cm x 36 cm (área de impressão)

Página (26 cm x 36 cm) colorido
Investimento – R\$ 1.554,00 a inserção

Atenciosamente

Marlene Charavara
Gerente comercial
46 3220 2066 / 98807 3381

E para que não reste dúvidas, enviamos e-mail novamente para a gerente comercial do veículo que nos confirmou o valor:



13/08/2021 17:47

Diário do Sudoeste - Comercial <comercial@diariodosudoeste.com.br>

RES: Preço bruto 1 página

Para Luana

Boa tarde,

Sim,

ATT;



Marlene Charavara

Gerente Comercial
+55 46 3220 2066
comercial@diariodosudoeste.com.br



VANILLA
DIÁRIO DO SUDOESTE

De: Luana [mailto:luana@olepropaganda.com.br]

Enviada em: sexta-feira, 13 de agosto de 2021 17:05

Para: "Diário do Sudoeste - Comercial" <comercial@diariodosudoeste.com.br>

Assunto: Preço bruto 1 página

Boa tarde,

Gostaria de confirmar o valor bruto para 1 página em cores é de R\$ 1.554,00, correto?

Resposta 3 – Valor de criação de 1 panfleto conforme a tabela do SINAPRO-PR

Quanto aos apontamos da FAVERI analisando a proposta técnica da OLÉ, novamente a mesma apresenta suas interpretações particulares. A proposta da licitante OLÉ é completa e consistente, traz as informações e subsídios necessários para que se compreenda o Raciocínio, a Estratégia, a Ideia Criativa e a Estratégia de Mídia e Não Mídia adotada pela agência. É uma proposta clara, sem equívocos, sem a omissão de informações solicitadas ou necessárias à compreensão adequada do que se propõe.

O valor utilizado pela OLÉ na criação do panfleto institucional está correto e de acordo com a Tabela do Sinapro-PR:

PRODUÇÃO INTERNA – Conforme tabela do Sinapro/PR					
Peça	Quantidade	Formato	Valor	% Produção	% Geral
Rádio	1	Spot 30"	R\$ 4.390,00	25%	18%
Jornal	1	1 página	R\$ 5.366,00	31%	22%
Post	1	JPG	R\$ 3.957,00	23%	16%
Panfleto (catálogo ou folheto por página)	1	A5	R\$ 3.806,00	22%	16%
Total em Produção			R\$ 17.519,00	100%	72%

O valor de R\$ 3.806,00 está correto, como consta na tabela vigente no período da licitação:

Catálogo ou folheto - por página	2.661,00	1.145,00	3.806,00
Chaveiro	2.449,00	825,00	3.274,00
Cinta (para produção de jornais)	3.135,00	1.351,00	4.486,00
Convite	2.449,00	825,00	3.274,00
Convite + envelope	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Copo	2.449,00	825,00	3.274,00
Crachá	2.199,00	732,00	2.931,00
Diploma	4.490,00	1.502,00	5.992,00
Display de mesa/take one	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Continua na próxima página...			

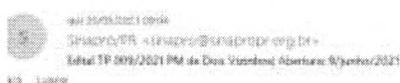


Valores Referenciais de Serviços Internos
Vigência: janeiro a junho 2021

O valor que a licitante FAVERI menciona “equivocadamente” como correto é o valor do Flyer:

Flyer (volante) - frente e verso	4.915,00	1.634,00	6.549,00
Soldas até 8 páginas	7.092,00	2.424,00	14.417,00

Acontece que para sanar essa dúvida sobre qual material se enquadra o PANFLETO, consultamos Sinapro-PR, em outra ocasião, mas que serve para comprovar o valor correto do item solicitado pelo edital, conforme o e-mail:



Prezada Luana:

A consulta formulada, em 11.5.2021, foi por nós encaminhada à Assessoria Jurídica da FENAPRO e dela recebemos os esclarecimentos que seguem:

*Após analisar o Edital de Tomada de Preços 009/2021, da Prefeitura Municipal de Dois Vizinhos, passamos a responder às questões formuladas pela Agência OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE e o fazemos por ordem de formulação:

1. "Nas peças solicitadas para a campanha simulada pede panfletão, na tabela do Sinapro não encontra panfletão apenas flyer frente e verso, devo usar esse?"

R. O esclarecimento prestado pelo SINAPRO/PR é suficiente. Diz ele:

"O item panfletão consta da Tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos da SINAPRO/PR com a descrição: **catálogo ou folheto - por página** no grupo E) Materiais Promocionais."

O esclarecimento é suficiente.

Sendo assim, a licitante OLÉ apresentou o valor correto.

Resposta: Item 2 – Capacidade de atendimento

Novamente a licitante FAVERI faz apenas julgamentos pautados em opinião própria, sem demonstrar qual seria o desacordo ao edital na proposta da OLÉ. A capacidade de atendimento apresentada não apresenta nenhum equívoco ou falha que comprometa sua avaliação ou mesmo sua validade.

A FAVERI afirma que a Olé ...”não descreveu o ramo de atividades (nacional, estadual e municipal), ocorre que a recorrente interpretou de forma equivocada e errada, pois esse item está descrito assim:

a) Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da Agência de Publicidade e/ou Propaganda;



O que o edital pede e é bem claro são os clientes regulares, podendo ser de âmbito nacional, estadual e/ou local, em nenhum momento é solicitado que você coloque se o cliente é nacional, municipal e/ou local.

A OLÉ apresentou os clientes que atende, diferente do que a FAVERI colocou em sua relação. Apresentou cliente que não é “regular”, indo em desacordo com o edital, pois atendeu esse cliente somente para um job específico:

Geslat

Âmbito: Nacional

Início do Atendimento: 10/07/2018

Ramo de Atividade: Laticínios

Produtos/Serviços a Cargo da Agência: Job Específico

E ao elencar em sua capacidade de atendimento que o cliente é de âmbito local, no caso da Prefeitura de São Lourenço do Oeste, a licitante FAVERI apresenta uma informação falsa. Em breve pesquisa no portal da transparência da Prefeitura de São Lourenço do Oeste, a divulgação de mídia não ocorreu somente em “âmbito local” e sim regional, conforme arquivo de Março/2021:

MARÇO	Radio Atalaia Ltda	01.746.813/0001-98	Veículo de Comunicação	Mídia	R\$ 1.200,00
-------	--------------------	--------------------	------------------------	-------	--------------

Verificando o CNPJ da Rádio, a mesma é da cidade de Campo Ere, e a divulgação ocorre de forma regional e não somente local como apresenta a licitante.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL		
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA		
NUMERO DE INSCRIÇÃO 01.746.813/0001-98 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE EMISSÃO 01/04/2027
NOME EMPRESARIAL RADIO ATALAIÁ LTDA		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) Sociedade		TUO EPP
CATEGORIA ECONÔMICA DA ATIVIDADE PRINCIPAL 80.10-1-00 - Atividades de rádio		
CATEGORIA E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não Informada		
CATEGORIA E DESCRIÇÃO DA FORMA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada		
RAZÃO SOCIAL R MARIANHAD	NUMERO 796	LOCALIZAÇÃO SALA 02
CNPJ 00.000.000	ENDEREÇO CENTRO	CIDADE CAMPO ERE
E-MAIL MEDE@PEPER.COM.BR		TELEFONE (048) 8221-877

Em outro momento em agosto/2020:

AGOSTO	Fundação Cultural Celinauta	77.737.831/0001-75	Veículo de Comunicação	Mídia	R\$ 3.168,00
--------	-----------------------------	--------------------	------------------------	-------	--------------

E verificando o CNPJ da Rádio, a mesma é da cidade de Pato Branco, e a divulgação ocorre de forma regional e não somente local.



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL		
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA		
NUMERO DE INSCRIÇÃO 77.737.831/0001-75 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 09/11/1979
NOME EMPRESARIAL FUNDAÇÃO CULTURAL CELINAUTA		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****		PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 60.10-1-00 - Atividades de rádio		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 306-9 - Fundação Privada		
LOGRADOURO R ARARIBOIA	NUMERO 1909	COMPLEMENTO *****
CEP 85.505-038	BAIRRO/DISTRITO LA SALLE	MUNICÍPIO PATO BRANCO
		UF PR
ENDEREÇO ELETRÔNICO	TELEFONE (46) 3220-2244/ (46) 3220-2244	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****		
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 24/09/2005	

Neste sentido - ao declarar em sua proposta que a divulgação do cliente Prefeitura Municipal de São Lourenço do Oeste é somente de âmbito local - deve-se averiguar irregularidades na apresentação dos documentos da licitante FAVERI, neste processo licitatório e aplicar eventuais sanções cabíveis com fundamento nos artigos 299, 301 e 304 do Código Penal Brasileiro e nos artigos 87 e 88 da Lei Federal nº. 8.666/93.

Resposta: Apresentou a Capacidade de Atendimento encadernado

Novamente aqui licitante FAVERI faz apenas julgamentos pautados em opinião própria, sem demonstrar qual seria o desacordo ao edital na proposta da OLÉ.

Ao afirmar que ao apresentar o caderno encadernado a OLÉ estaria descumprindo o edital, ocorre que em nenhum momento é determinado pelo edital a maneira que deve ser apresentado: se encadernado, grampeado ou solto.

Sendo assim a licitante poderia apresentar da maneira que achasse melhor, tanto que a própria FAVERI apresentou o caderno grampeado, e segundo ela mesma, em seu recurso **“..... o que não pedia no edital, estão em desacordo”**.



Resposta: Apresentou tabela para os prazos

O mesmo entendimento acontece nesse apontamento da FAVERI. Ao afirmar que ao apresentar a tabela com os prazos a OLÉ estaria descumprindo o edital, ocorre que em nenhum momento o edital coloca que na apresentação da sistemática de atendimento era proibido apresentar os prazos em forma de tabela.

Novamente a licitante FAVERI faz apenas julgamentos pautados em opinião própria, sem demonstrar qual seria o desacordo ao edital na proposta da OLÉ

Resposta: A empresa não inseriu a identificação da licitante

A FAVERI B afirma que a OLÉ “.....**não inseriu a identificação da licitante**, faltando esse item. A partir da página 12,13,14,15,16 da proposta”.

Vejamos que a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO é um caderno apresentado com a identificação da licitante, dessa maneira, como pode a FAVERI afirmar que a OLÉ não inseriu a sua identificação?



Portifólio

Jornal

Cliente: **Prefeitura Municipal de Lunardelli**

Título: Patrimônio Público

Produção: Maio/2019

Período de veiculação: Junho/ 2019

Veículos: Jornal Paraná Centro



Aliás, a OLÉ cumpriu o que determina o edital:

8.2. Os envelopes nºs 2, 3 e 4 deverão ser apresentados em papel que identifique a licitante, contendo o nome da proponente e a referência desta Licitação.

8.3. Serão desclassificadas as propostas que não observarem às condições estabelecidas neste Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

10.2. A Proposta Técnica, constante nos envelopes nº 2 e 3, deverá ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e e-mail, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da Licitante.

Olé:

é crime. *Fórmula e respeito pela nossa gente.*

12

Jornal
Cliente: Prefeitura Municipal de Rondon
Título: Dengue
Produção: Abril/2021
Período de veiculação: Maio 2021
Veículos: Jornal Folha Regional / Jornal O Liberal

Município de Coronel Vivida PR 667

OLÉ
Tombado de Proteção nº 2021

Município de Coronel Vivida PR 432

Em compensação quem deixou de cumprir o edital foi a própria FAVERI, ao não colocar a referência da tomada de preço como determina o item 8.2 do edital, devendo ser desclassificada.

E mais, a Recorrente FAVERI, na atual fase do processo (fase de recursos), busca o desconto de pontos da OLÉ e a consequente alteração de nota do invólucro não identificado nº 01.

Ressalte-se que, com base na sistemática Lei 12.232/10, eventual descumprimento da regra do julgamento com base na via não identificada sem conhecimento da Autoria da Proposta gera anulação do certame caso haja nos termos do art. 12.⁴

Neste contexto, eventual alteração da Nota do Invólucro nº 1 da Contrarrazoante OLÉ em momento posterior a identificação da proposta, já ocorrida na 2ª SESSÃO PÚBLICA realizada no dia 05/08/2021, geraria uma situação de novo julgamento com conhecimento de Autoria em frontal descumprimento a sistemática da Lei 12.232/10.

A OLÉ apresentou uma proposta clara, completa, com equilíbrio nas informações, e sem comprometer a qualidade ou deixar de cumprir com algum dispositivo do edital. Os apontamentos feitos pela licitante FAVERI são apenas uma avaliação particular, com critérios próprios, buscando desqualificar o trabalho da agência e o julgamento da subcomissão técnica, levantando falsas interpretações do que a proposta realmente apresenta.



III. CONCLUSÃO

Acatar os fundamentos das empresas **FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE** seria uma ficção, que em nada contribui para a obtenção da proposta mais vantajosa. Dúvida não resta de que uma medida como o Recurso Administrativo interposto pela empresa FAVERI é de caráter inteiramente protelatório, apenas revela um latente inconformismo que carece de toda e qualquer razoabilidade que o fundamente. Tem como único objetivo dificultar e retardar a continuidade dos atos administrativos relativos ao certame licitatório, sem que represente qualquer compromisso com o interesse público em questão.

IV. DO PEDIDO

Ante o exposto, a empresa OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI vem requerer a total improcedência do recurso administrativo interposto pela Recorrente **FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.**

NESTES TERMOS,
PEDE DEFERIMENTO.

Ponta Grossa, 17 de agosto de 2021

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI
FABIA VALERIO PAULIKI
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/91BD-EAF4-1B3A-C841> 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: 91BD-EAF4-1B3A-C841



Hash do Documento

D837520CA6EA08AAF7490EDBCF17BC23A38AE68755126F00A6A48E899ABC3105

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 16/08/2021 é(são) :

- Fabia Valerio Pauliki - 025.607.969-29 em 16/08/2021 18:09
UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - OLE - PROPAGANDA E PUBLICIDADE
EIRELI - 03.979.287/0001-31

