



CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Processo Nº	DISTRIBUIÇÃO		
Data:	Setor	Data	Rubrica
Autor:			
Assunto:			
Interessado:			

Processo: 2024/2023
Tipo: Solicitação : 891/2023
Área do Processo: Administrativa
Data e Hora: 08/08/2023 15:34:54
Procedência: Primazia Agência de
Comunicação LTDA
Assunto: REFERENTE PROCESSO Nº
1350/2023.

À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI
– ESTADO DO ESPÍRITO SANTO



CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI

EM 08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº

2024

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2023

PROCESSO Nº 1350/2023

PRIMAZIA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 40.580.513/0001-33, com sede à Rua Luciano das Neves, 1171 - Sala 308 – Centro – Vila Velha, Telefone: 27999788925, neste ato representado por **GABRIEL DOS SANTOS CARMINATI**, brasileiro, empresário, casado, portador da Cédula de Identidade nº 3.581.100 SPTC/ES e CPF nº 104.004.137-01, residente e domiciliado a Rua Balbina dos Santos, nº 60, Santos Dumont, Vitória/ ES, CEP.: 29.042-680, com fulcro no art 109, §3º da Lei 8666,93 vem, perante esta comissão, apresentar

CONTRARRAZÕES

Ao Recurso apresentado por **CONTEÚDO GESTÃO DE MARCAS LTDA**, demonstrados pelos fatos e fundamentos a seguir expostos:

I - BREVE NARRATIVA FÁTICA

Trata-se de recurso proposto pela empresa **CONTEÚDO GESTÃO DE MARCAS LTDA**, por ocasião da Concorrência Pública n. 002/2023 que em 24 de julho, classificou a empresa **PRIMAZIA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTD** em primeiro lugar.

Irresignados, vieram apresentar recurso a decisão da Subcomissão de Licitação sustentando, em síntese a identidade das propostas apresentadas pela primeira colocada nesse certame, bem como, na Concorrência Pública n. 001 que, em tese, feriria o princípio da transparência, uma vez que supostamente haveria ocorrido a identificação da proposta antes cotejo.

Sustenta, ainda, a existência de infringimento à cláusula 08 do Edital, considerando que a mesma prevê que "a proposta técnica deveria ser concisa, apresentada em forma de texto, com um máximo de 2 (duas) páginas para estratégia de comunicação publicitária e 2 (duas) páginas para a estratégia de mídia e não mídia, totalizando 6 (seis) páginas". No entanto, e empresa então consagrada no primeiro lugar, teria apresentado proposta com 13 páginas,

08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº
2024

quantitativo superior ao permitido, razão pela qual teria agido em confronto aos ditames legais.

Argumenta, o descumprimento de formalidades como a relação dos principais clientes atendidos pela licitante, considerando que a contrarrazoante optou por apresentar respectivo rol a partir das marcas de seu cliente, sem relacionar nominalmente cada uma.

Ocorre que, conforme se verá adiante, a realidade apontada pela recorrente, não encontra nenhuma sustentação, se apresentando enquanto cumprimento de mera formalidade e trazendo morosidade ao procedimento licitatório.

II. DO MÉRITO DAS ALEGAÇÕES

A) Da suposta identificação da proposta.

Relativamente as alegações de prévia identificação da concorrente, considerando a utilização de campanha similar aquela apresentada na Concorrência Pública n. 001/2023. Ocorre que a Lei nº 12.232/10, que rege as licitações para contratação de serviços e, nesse sentido, seu art. 6 estabelece que as propostas técnicas serão apresentadas em invólucro lacrado, sem qualquer marca ou sinal que possa identificar a licitante.

Veja, o artigo é taxativo ao destacar que nenhum SINAL ou MARCA podem ser utilizados como fator IDENTIFICADOR da empresa licitante, sem fazer qualquer menção ao conteúdo conceitual da proposta, até porque, este é de total liberdade da concorrente.

Cabe salientar que a fase de apresentação das propostas, é um momento crucial no qual quaisquer irregularidades ou inconsistências na documentação apresentada devem ser devidamente questionadas e registradas.

Nesse sentido, se a identificação era tão evidente como o reclamante alega, por que ele não registrou tal fato em ata durante a primeira sessão e, ainda, por que não protocolou pedido de desclassificação após a sessão, com base na suposta identificação?

Essas são ações que poderiam e deveriam ter sido tomadas no momento oportuno, caso houvesse realmente uma identificação inequívoca.

No caso em questão, não houve apresentação de qualquer elemento que possa identificar a licitante, como marca, sinal, logotipo ou outros indícios diretos de identificação da empresa. Assim, o uso da mesma campanha de outra licitação não configura uma identificação, conforme alega o reclamante.

08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº

2024



É válido observar que o próprio briefing e desafio de comunicação permaneceram os mesmos em ambos os editais, e não há nenhuma limitação legal que impeça a apresentação de uma proposta similar. A questão central deve ser se a proposta atende aos requisitos do problema de comunicação proposto, neste caso, dado que o briefing não mudou, é natural e lógico que uma proposta que foi considerada adequada anteriormente continue a ser relevante.

Além disso, em decisões semelhantes em casos julgados, o entendimento dos tribunais tem sido no sentido de que a alegação de identificação da proposta deve ser comprovada de forma inequívoca, e não apenas sugerida ou suposta.

Em diversas decisões, o TCU (Tribunal de Contas da União) tem reforçado a necessidade de observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, dentre outros, em todas as fases da licitação, inclusive na fase de apresentação das propostas (Acórdãos nº 2373/2013, 2833/2013 e 3254/2015, todos do Plenário do TCU).

No que tange à alegação de que a proposta estaria identificada por meio do conceito utilizado, é preciso esclarecer que não há nenhuma restrição legal quanto a isso.

A Lei nº 12.232/10, conforme mencionado anteriormente, é bastante clara em estabelecer como critérios de identificação apenas elementos como marca, sinal, logotipo ou palavra, que de forma clara possibilite a identificação do licitante de maneira indubitável.

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

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

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

O conceito adotado em uma proposta é um elemento de conteúdo e não de identificação.

08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº 04

FLS: 04

Em outras palavras, não há qualquer impedimento para que uma empresa apresente uma proposta cujo conceito tenha sido utilizado em outras licitações. O que não se pode é identificar a empresa por meio de marca, sinal ou logotipo, conforme bem determinado pela legislação.

Em nenhum ponto da Lei nº 8.666/1993 ou na Lei nº 12.232/2010 se menciona a impossibilidade de reapresentação de uma proposta ou conceito anteriormente apresentado em outros processos licitatórios.

Pelo contrário, o que se exige, em essência, é que a proposta seja pertinente ao objeto do certame e que atenda aos critérios estabelecidos no instrumento convocatório.

Vale ressaltar que a proposta da Primazia foi avaliada duas vezes, por julgadores diferentes, e em ambas as ocasiões, a empresa se destacou, conquistando o primeiro lugar na classificação. Isso evidencia a excelência e a adequação da proposta apresentada ao objeto do certame.

Ora, o reclamante alterou a própria proposta entre os dois processos licitatórios, aprimorando o material na tentativa de melhorar a classificação. No entanto, mesmo após esses ajustes, a empresa não conseguiu superar a proposta da Primazia, conforme atestado por diferentes comissões de avaliação.

O que se pode inferir disso é que a qualidade da proposta da Primazia, comprovada por avaliações consecutivas e por equipes diferentes, é superior à da empresa reclamante mesmo diante das alterações realizadas.

A alegação da reclamante esquece de mencionar, ainda, que a empresa Arkus também apresentou o mesmo conceito em sua campanha. Portanto, segundo a sua lógica argumentativa, todas as empresas estavam identificadas, afinal por exclusão de propostas seria, então, possível identificar a proposta conceitual da empresa recorrente.

Portanto, a alegação de identificação pelo conceito usado na proposta não se sustenta sob o ponto de vista legal e jurisprudencial. Este é um princípio firmemente estabelecido na legislação e reforçado por decisões judiciais, devendo, portanto, a impugnação com base nesse argumento deve ser rejeitada.

A reclamante alega ainda em seu recurso:

08 AGO 2023

PROCOLO Nº



No presente certame, por si só a possibilidade de identificação da proposta cria dúvida suficiente para macular a proposta da concorrente, que por isso deve ser desclassificada, a fim de garantir a seleção da melhor proposta para o ente público, em respeito às diretrizes da lei e do edital, com a fundamental igualdade de condições entre os licitantes e imparcialidade no julgamento das propostas.

Entretanto, a identificação de uma proposta durante o julgamento técnico em uma licitação é ferir de morte o princípio da impessoalidade, uma vez que há claramente reconhecimento da autoria da proposta, podendo pender ainda para questões atinentes aos princípios da moralidade e probidade administrativa.

Em relação à insinuação do reclamante acerca da violação do princípio da moralidade, é fundamental esclarecer que, embora o direito de reclamar esteja garantido a todos os participantes do processo licitatório, a expressão de dúvidas infundadas acerca da idoneidade da comissão julgadora e do próprio processo é de extrema gravidade.

Os membros da comissão, respeitando as determinações da Lei nº 8.666/1993 e Lei nº 12.232/2010, são profissionais altamente qualificados, comprometidos com a probidade, eficiência e, sobretudo, com o princípio da moralidade, que rege todas as ações administrativas.

A mera conjectura trazida pela empresa reclamante desprovida de provas sólidas, resulta em um ataque à honorabilidade dos envolvidos e ao regular andamento do procedimento licitatório.

O princípio da moralidade administrativa, insculpido no art. 37 da Constituição Federal, exige que a Administração e seus agentes atuem com probidade, boa-fé, honestidade e ética. Assim, ao lançar suspeitas infundadas sobre a moralidade da comissão julgadora e do processo, a reclamante afronta esse princípio constitucional fundamental.

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (...)

A jurisprudência do Tribunal de Contas da União (TCU) e do Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem se posicionado no sentido de que acusações graves, como as apresentadas pelo reclamante, necessitam de prova robusta. Tal posicionamento é evidenciado, por exemplo, no Acórdão nº 175/2016-TCU-Plenário e no RMS 34.441/PR-STJ.

5.3.3. A existência de um exemplar de alguns materiais supostamente confeccionados com esses recursos, como

informado pela responsável, não é suficiente para comprovar a execução dos serviços, pois ao não efetuar os procedimentos de cotação de preços, não foram gerados documentos capazes de comprovar a sua realização. Tampouco as medições efetuadas detalharam as despesas a que se referiam os valores lançados como Serviços Complementares."

CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARIES

08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº

2024 A

18. O MP/TCU também se manifestou sobre o assunto, conforme demonstram trechos extraídos do seu último parecer emitido nos autos (peça 107) :

"3. Inicialmente, verifica-se que boa parte das dificuldades relacionadas com o exame da regularidade da execução do item Serviços Complementares do Contrato 4600230586/2007 se origina da correspondente cláusula do edital originário e do instrumento contratual, cotada simplesmente como verba, motivo por que, a despeito da inexistência de uma discriminação prévia dos serviços e respectivos custos, restou consignado na manifestação anterior deste Parquet nos autos o procedimento para aferir a aderência das ações desenvolvidas pela Repar/Petrobras à execução contratual, nos seguintes termos (item 10 da peça 85) :

'10. Quanto à falta de prova da execução dos 'Serviços Complementares', cotados como verba no Contrato 4600230586/2007, verifica-se que os boletins de medição disponíveis nos autos se limitam a indicar um parâmetro percentual incidente sobre o preço total previsto, sem haver também descrição dos produtos nas notas fiscais correspondentes (peças 15, p. 27-50, e 16, p. 1-26, do TC-Processo 008.585/2009-5) . Nesse caso, exemplares dos produtos eventualmente executados prestar-se-iam como meio idôneo de comprovar a execução dos serviços e a regularidade da despesa se, a par de sua apresentação nos autos pela defesa (o que não ocorreu) , houvesse elementos para aferir a correspondência de seus conteúdos com os documentos de requisição e autorização das despesas e as ordens de serviço no decurso da execução contratual, aí contemplado o orçamento e a compatibilidade dos preços com o mercado (o que também não se comprovou) . Subsiste, então, o débito relativo ao item dos 'Serviços Complementares' (R\$ 262.800,00) .'

(...)

12. Na mesma linha de raciocínio desenvolvida anteriormente, os elementos que caracterizam a falta de nexo das supostas ações realizadas sob o título de Serviços Complementares

com o objeto do contrato repercutem por não ser factível reconhecer também os produtos intitulados de "bonecos" como exemplares ou meios de prova da específica execução contratual."

CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI

08 AGO 2023

PROCOLO Nº

2024 A

19. Portanto, não concordo com a tese de que tenha havido omissão quanto a isso no acórdão embargado, tampouco cabe ao Tribunal responder qual verba teria sido utilizada para a confecção de alguns "bonecos" e exemplares de jornais juntados aos autos, conforme indagação da ora embargante. Como se viu, tais elementos, por si sós, sem a demonstração da realização das etapas previstas contratualmente para a sua consecução, não serviram à comprovação da boa e regular utilização dos recursos impugnados.

Acórdão nº 175/2016-TCU

Desse modo, ressalta-se que a empresa reclamante tem pleno direito de manifestar suas insatisfações e preocupações, porém é inadmissível que utilize tais direitos para lançar dúvidas, sem qualquer base concreta, sobre a integridade da comissão julgadora e sobre a própria câmara.

Dessa forma, a acusação de violação ao princípio da moralidade deve ser rejeitada, visto que se mostra totalmente descabida e sem fundamentação probatória adequada.

Assim, as tentativas do reclamante de desqualificar a Primazia através dessa acusação parecem se tratar mais de uma estratégia litigiosa do que uma preocupação legítima com a transparência e a legalidade do processo licitatório.

A Primazia participou de todo o certame em conformidade com as regras estabelecidas e os princípios que regem a administração pública, em especial os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Insinuações de que houve manipulação do processo licitatório, seja por identificação indevida ou por qualquer outra razão, são alegações graves que carecem de fundamentação sólida e coerente.

Em suma, a alegação do reclamante não só é inválida do ponto de vista legal, como também vai contra o espírito de integridade e justiça que é a base de todo processo licitatório.

Portanto, a insistência nesta linha de argumentação parece ser mais uma tentativa de desestabilizar o processo do que uma genuína tentativa de salvaguardar a legalidade e a transparência do mesmo e não deve prosperar.

EM 08 AGO 2023

FLS: 08

PROTOCOLO Nº
indevida diante de**B) Da alegação de obtenção de vantagem
descumprimento do Edital**

O recorrente sustenta, em síntese, haver sido infringido item do Edital que limitava o número de páginas textuais. Ocorre que, apesar de haver sido estabelecido um limite de páginas para os textos da proposta, não incluiu-se anexos nesse limite.

A Primazia, ao preparar sua proposta, seguiu o edital à risca, incluindo tabelas como anexos à proposta, e não como parte do texto principal. Esse é um procedimento padrão em licitações, como pode ser visto em diversas decisões judiciais (ver, por exemplo, TRF4, AC 5016728-13.2017.4.04.7200, Rel. Vivian Josete Pantaleão Caminha, D.E. 22/03/2018), além de prática adotada nas demais licitações da grande vitória, a saber: Prefeitura da Serra, Vila Velha, Vitória, Cariacica, Viana, e demais.

Não obstante, o Tribunal de Contas da União (TCU), órgão responsável por garantir a correta aplicação dos recursos públicos, também reconhece que anexos, como tabelas, não devem ser contados no limite de páginas estabelecido para os textos das propostas, portanto, a interpretação do reclamante sobre o limite de páginas não é consistente com o que é geralmente aceito em licitações.

Além de cumprir corretamente com as exigências do edital e apresentar sua proposta de forma adequada, convém destacar a relevância das tabelas apresentadas pela Primazia na sua proposta. As tabelas representam mais do que uma simples apresentação de dados, elas evidenciam a compreensão profunda da agência sobre a cidade e a distribuição adequada de verba de mídia.

O conhecimento preciso de quando e como as incursões de mídia serão realizadas é crucial para qualquer campanha de publicidade de sucesso, pois é a partir desta análise detalhada que se determina a efetividade e o impacto da campanha.

De acordo com Kotler e Armstrong (2007), em "Princípios de Marketing", uma agência de publicidade é uma organização de serviço que se dedica à criação, planejamento e manejo da publicidade para seus clientes. Neste contexto, o manejo da mídia é uma competência central, envolvendo decisões estratégicas sobre que tipo de mídia usar, quando e onde colocar anúncios e como otimizar o mix de mídia para atingir os objetivos da campanha. Esse domínio abrangente sobre a mídia é exatamente o que as tabelas da Primazia demonstram.

Dito isto, a falta destas tabelas na proposta do reclamante, longe de ser um mero detalhe, é uma clara demonstração de deficiência na preparação de sua proposta.

As tabelas, que fornecem detalhes essenciais sobre a distribuição da verba de mídia, são indispensáveis para que se possa avaliar a capacidade da agência em conduzir uma campanha de publicidade eficaz.



08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº



A ausência desses dados críticos na proposta do reclamante, portanto, ~~sugere uma~~ falta de compreensão sobre os requisitos da licitação e sobre o ambiente de mídia da cidade.

Além disso, é imprescindível ressaltar que a proposta da Primazia se manteve dentro dos limites estabelecidos pelo edital no que tange a quantidade de páginas. As páginas adicionais utilizadas para a apresentação das tabelas não se caracterizam como 'texto', sendo assim, não ultrapassam o limite estipulado no edital.

Portanto, as reclamações do concorrente não encontram fundamento na legislação ou nas melhores práticas de licitações. A reclamação do concorrente sobre o suposto excesso de páginas na proposta da Primazia é, portanto, uma tentativa falha de deslegitimar uma proposta bem fundamentada.

C) Da inexistência da relação nominal dos clientes atendidos pela licitante

A alegação do reclamante quanto à ausência de relação "nominais" dos clientes na proposta vencedora se baseia em uma interpretação estrita e literal da frase "relação nominal dos principais clientes". No entanto, referida interpretação desconsidera a intenção e o objetivo por trás dessa exigência, além de configurar excesso de formalismo plenamente afastável nos procedimentos licitatórios.

O objetivo de solicitar uma "relação nominal dos principais clientes" é assegurar que a agência tenha experiência prévia e relevante na indústria de publicidade, sendo capaz de atender a uma variedade de clientes e suas demandas específicas.

Ao apresentar os logotipos dos nossos principais clientes, juntamente com a especificação do período de atendimento de cada um deles, acreditamos que satisfizemos plenamente o espírito desta exigência.

Os logotipos das empresas atendidas, em si, são uma forma de identificação nominal, uma vez que os logotipos contêm o nome da empresa.

Dessa maneira, mesmo que o reclamante insista que o termo "nominal" implica a apresentação do nome escrito, argumentamos que os logotipos incorporam esta necessidade e oferecem uma representação visual adicional dos clientes atendidos.

É importante destacar que, se houvesse qualquer dúvida quanto à identificação de algum dos clientes apresentados através de logotipos, essa questão poderia ter sido esclarecida na etapa de apresentação de propostas.

A falta de questionamento nesse sentido por parte do reclamante sugere que ele foi capaz de identificar todos os clientes apresentados, o que reforça a nossa posição de que os logotipos representam uma forma válida e eficaz de apresentar a "relação nominal dos principais clientes atendidos".

08 AGO 2023

PROTÓCOLO Nº

2024



Assim, respeitosamente solicitamos que esta reclamação seja desconsiderada, pois acreditamos que nossa proposta cumpriu a intenção da exigência do edital.

D) Da alegada não apresentação de repertório

Parece haver uma recorrência da parte do reclamante em questionar as decisões tomadas pela subcomissão de avaliação, em vez de focar nas deficiências de sua própria proposta.

Ao reiterar as observações feitas pela subcomissão em suas avaliações, o reclamante está, na verdade, questionando a integridade e a competência dessa comissão.

A Lei de Licitações e Contratos Administrativos (Lei 8.666/1993) no seu Art. 43, § 1º, assegura que a comissão de licitação é soberana em suas decisões, contanto que observadas as disposições do edital.

É importante ressaltar que a subcomissão tem autonomia para fazer sua avaliação e análise com base nos critérios definidos no edital e de acordo com seu discernimento técnico-profissional.

A implicação do reclamante de que suas avaliações deveriam prevalecer sobre as da subcomissão não apenas desafia a autoridade desta, como também evidencia uma atitude de questionamento sistemático cada vez que os resultados não estão de acordo com suas expectativas.

A postura do reclamante sugere que apenas as avaliações que concordam com seus pontos de vista são válidas, o que demonstra uma falta de compreensão sobre o processo de avaliação. Em qualquer processo licitatório, é esperado que haja divergências de pontos de vista.

No entanto, essas divergências devem ser resolvidas de maneira profissional e respeitosa, sem comprometer a integridade e a competência da comissão de avaliação.

Assim, reiteramos a capacidade, a integridade e a competência da subcomissão em realizar avaliações justas e imparciais, corroborada por jurisprudência consolidada, e, portanto, solicitamos que as alegações do reclamante sejam consideradas infundadas.

A questão levantada pelo reclamante em relação à desclassificação devido à falta de apresentação de um jingle é um exemplo claro do princípio da razoabilidade.

Este princípio, amplamente reconhecido no direito administrativo brasileiro, estabelece que todas as decisões administrativas devem ser proporcionais, equilibradas e em sintonia com o senso comum.



08 AGO 2023

PROTOCOLO Nº 2024



No caso em questão, a ausência de um único item não seria razão suficiente para desclassificar uma empresa de uma licitação, especialmente quando todas as outras exigências foram cumpridas.

A jurisprudência brasileira reconhece a importância da proporcionalidade em tais situações. Por exemplo, no julgamento do REsp 1.733.560/RS, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) afirmou que a ausência de um único documento não pode ser a causa de uma desclassificação.

No caso em apreço, a subcomissão, em conformidade com o princípio da razoabilidade, optou por reduzir a pontuação da Primazia em vez de desclassificá-la completamente.

Esta ação demonstra um entendimento claro dos princípios legais aplicáveis e uma avaliação equilibrada das circunstâncias.

Além disso, é importante observar que a Primazia, mesmo com a redução de pontos por este motivo, conseguiu obter uma pontuação mais alta do que o reclamante.

Este fato reflete a qualidade geral da proposta apresentada pela Primazia e a competência da subcomissão em realizar uma avaliação equilibrada e justa.

Assim, o questionamento do reclamante neste sentido não parece ter fundamento na legislação aplicável, na jurisprudência ou nas melhores práticas de licitação. A subcomissão agiu de acordo com o princípio da razoabilidade e sua decisão deve, portanto, ser mantida.

Por fim, é notório que o reclamante, mesmo tendo apresentado os spots requisitados e recebido uma pontuação superior à Primazia nesse quesito, ainda assim não obteve uma classificação final superior.

Este fato remete a uma questão fundamental: a proposta da agência de publicidade em um certame não se restringe a um único elemento. É a qualidade geral da proposta que determina o vencedor.

A Lei 12.232/2010, que estabelece as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, ressalta a importância de uma avaliação global e criteriosa.

Segundo o artigo 10 da mencionada lei, o julgamento das propostas deve ser realizado de acordo com os critérios objetivos definidos no edital, considerando, entre outros aspectos, a capacidade de atendimento, a criação e o planejamento de mídia e o preço.

EM 08 AGO 2023
MUNICIPAL DE GUARAPARIES
FLS: 12
PROTÓCOLO Nº 2023/0001

Assim, apesar de ter obtido uma pontuação mais alta em um quesito específico, o reclamante não apresentou a melhor proposta global. E é aqui que reside a verdadeira medida da capacidade de uma agência: não apenas em destacar-se em um aspecto, mas em apresentar uma proposta sólida e coerente em todos os requisitos.

Com base nesses fatos, é claro que a subcomissão avaliou adequadamente as propostas e seguiu estritamente as regras estabelecidas no edital e na legislação em vigor. A insatisfação do reclamante, portanto, parece ser resultado de uma má compreensão do processo de licitação e da avaliação global das propostas. Como resultado, as alegações do reclamante neste ponto devem ser desconsideradas.

III. Dos Pedidos e Requerimentos

Diante do exposto, requer que sejam indeferidos os argumentos recursais trazidos pela Recorrente **CONTEÚDO GESTÃO DE MARCAS LTDA** em face da **PRIMAZIA AGENCIA DE MARKETING LTDA**, mantendo sua habilitação no presente certame.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Vila Velha, 08 de agosto de 2023

Gabriel dos Santos Carneiro
PRIMAZIA AGENCIA DE MARKETING LTDA

