



CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

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

Processo: 1901/2023
Tipo: Solicitação : 854/2023
Área do Processo: Administrativa
Data e Hora: 31/07/2023 11:45:18
Procedência: CONTEUDO GESTÃO DE
MARCAS LTDA
Assunto: Referente recurso administrativo
concorrência pública nº 002/2023 Processo
nº 1350/2023

DOUTA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI - ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Concorrência pública nº 002/2023 - Processo nº 1350/2023

CONTEÚDO GESTÃO DE MARCAS LTDA, vem tempestivamente com espeque no artigo 11, inciso VIII, da Lei 12.232/10, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face da decisão de classificação da empresa **PRIMAZIA AGENCIA DE MARKETING LTDA**, nos autos do processo licitatório em epígrafe, referente à contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

1. SÚMULA DO RECURSO

A empresa **PRIMAZIA AGENCIA DE MARKETING LTDA** foi classificada em primeiro lugar após julgamento da proposta técnica. Ocorre que se verificam diversas irregularidades na proposta apresentada pela mesma, as quais padecem de desclassificação de acordo com os ditames do próprio edital, da lei de regência e da jurisprudência dos tribunais de contas.

A referida concorrente apresentou proposta identificada em seu conteúdo, pois a campanha ali constante era publicamente reconhecida como de sua autoria. Ferindo assim princípio da transparência, fundamental para validade de sua proposta, que assim pode ser identificada.

Além disso, não observou os ditames do Edital enquanto limitadores das quantidades de páginas no conteúdo da proposta, extrapolando em mais que o dobro as páginas permitidas para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, o que garantiu vantagem indevida, ferindo os princípios da isonomia entre as concorrentes, além do princípio à vinculação ao edital, pois descumpriu suas regras.

Noutro ponto, também descumpriu o edital ao não apresentar ficha técnica das peças juntadas à proposta técnica.

Entre estas e outras irregularidades, há motivos suficientes para que a concorrente **PRIMAZIA** seja desclassificada do presente processo licitatório.





2. DA IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA APRESENTADA PELA CONCORRENTE PRIMAZIA ANTES DA ABERTURA DO INVÓLUCRO IDENTIFICADO

Entre as diversas irregularidades praticadas pela concorrente PRIMAZIA AGÊNCIA DE MARKETING LTDA podemos citar a constatação de que a empresa apresentou envelope com identificação no conteúdo interno. Vez que reproduziu integralmente o mesmo teor de campanha já apresentada em certame anterior do mesmo órgão público. Essa conduta viola as normas previstas no presente edital e na legislação, pois é capaz de identificar a autoria da concorrente na proposta apresentada, identificando assim o envelope em questão.

No certame Concorrência pública nº001/2023, a referida concorrente PRIMAZIA apresentou proposta idêntica, sem qualquer alteração do conteúdo. No referido certame, que acabou sendo suspenso, os envelopes identificados com a proposta chegaram a ser abertos publicamente, de modo que a proposta ali contida foi publicamente reconhecida como de sua autoria, não apenas pela comissão julgadora – subcomissão técnica, comissão de licitação, mas por toda a sociedade.

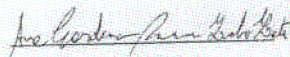
Não bastasse isso, verifica-se que a comissão julgadora do certame Concorrência pública 001/2023 continha um membro que também foi parte da comissão do presente certame, Concorrência pública 002/2023, qual seja a **Sra. Georgia Karla Bezerra Gonçalves**, presente em ambos os julgamentos. Mais uma vez, tornando identificável pela comissão julgadora o conteúdo do envelope não identificado da proposta apresentada.

assinada por todos os presentes membros da Subcomissão Técnica.

Guarapari, 27 de março de 2023.


da Câmara Municipal de Guarapari.


Guarapari, 19 de julho de 2023.



Ana Carolina Bacovis Lobo Leite

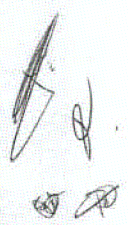

Georgia Karla Bezerra Gonçalves


Dorimar Coutinho de Sant'ana Moreira


Georgia Karla Bezerra Gonçalves


Márcio Luís Caruzo da Cruz


Rodrigo de Jesus Barbosa



Uma vez que é princípio fundamental das licitações para contratação de agência de publicidade e propaganda, com base na Lei 12.232/10, a transparência e lisura, que dependem da não identificação das propostas concorrentes na fase de julgamento. A APRESENTAÇÃO IDÊNTICA DE CAMPANHA CUJO CONHECIMENTO PÚBLICO E DE MEMBRO DA COMISSÃO TÉCNICA JULGADORA PERMITE A IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA, por conseguinte viola os referidos princípios legais, o que culmina na necessidade de desclassificação da proposta identificada/identificável.

AV. CRISTIANO DIAS LOPES, 92, 2º ANDAR, GILBERTO MACHADO, CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM, ES
28.3522.8521, COMCONTEUDO.COM.BR, FB.COM/COMCONTEUDO





Trabalho apresentado pela empresa
Primazia referente ao edital nº 001/2023

Trabalho apresentado pela empresa
Primazia referente ao edital nº 002/2023



É de saber que no momento do julgamento pela Comissão Técnica Julgadora sabia-se de quem era a autoria da campanha publicitária intitulada "QUANDO VOCÊ PARTICIPA. GUARAPARI SE TRANSFORMA", ou seja, a proposta estava identificada. Uma vez que a mesma campanha, idêntica, já havia sido julgada e comparada entre a via identificada e o resultado proferido, tendo suas informações devidamente REGISTRADAS EM ATA PÚBLICA (<https://www.cmg.es.gov.br/uploads/licitacao/913-ata-de-sessao-publica-realizada-para-apuracao-do-resultado-geral-das-propostas-tecnicas-1680271400.pdf>), publicada por essa Casa [Câmara Municipal de Guarapari/ES – CMG], o que reforça o argumento do presente recurso.

CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI

EM 31 JUL 2023

CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO V
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 72/2023
EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO - PROPOSTA TÉCNICA

Agência: *Quando Você Participa, Guarapari se Transforma*

QUESTOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por questão (média)
Capacidade de Atendimento	-	-	-	-
Repertório	-	-	-	-
Racocínio Básico	-	-	-	-
Estratégia de Comunicação Publicitária	10	10	10	10
Ideia Criativa	30	30	14	19,33
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	15	14	14,66
PONTUAÇÃO TOTAL DO LICITANTE	05	05	05	05

PONTUAÇÃO TOTAL DO LICITANTE: 48,99

Observações:
1) A pontuação final de cada questão corresponderá à média das notas atribuídas pelos avaliadores, somando-se as notas e dividindo pelo número de avaliadores.
2) A pontuação final por questão será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
3) A pontuação total do licitante corresponderá à soma das pontuações finais.

Assinatura

PROTOCOLADO Nº 1901

ATA DE SESSÃO PÚBLICA REALIZADA PARA APURAÇÃO DO RESULTADO GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2023 - PROCESSO Nº 072/2023.

As 9:00 (nove) horas do dia 31 (trinta e um) de março de 2023 (dois mil e vinte e três) reuniu-se na Rua Getúlio Vargas, nº 299, Centro, Guarapari/ES, a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Guarapari, designada pela Portaria nº 8.197/2023, composta dos seguintes membros: CLAUDICEIA DE SOUZA FRANCISCO FURTADO (Presidente), PATRÍCIA DE ARRUDA PEREIRA (Secretária), IVAN PIMENTEL MONTEIRO (Membro), GUILHERME RIBEIRO DE OLIVEIRA (Membro) e JULIANA DO NASCIMENTO (Membro), visando promover a sessão pública de abertura do certame relativo à Concorrência nº 001/2023 - Processo Administrativo nº 72/2023, cujo objeto é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, EM ATENDIMENTO AS NECESSIDADES DA CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI, do tipo técnica e preço, de acordo com a Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 8.666/1993. Aberta a sessão pública, a Comissão Permanente de Licitação para apuração dos resultados obtidos nas propostas técnicas constantes dos Envelopes nº 01 - conjunto de informações e 03 - via não identificada, conforme Ata da Reunião da Subcomissão Técnica e Planilhas Individuais de Avaliação, que a partir deste ato, torna-se parte integrante da presente Ata. Em ato contínuo, procedeu-se à abertura dos envelopes nº 02 - proposta técnica - plano de comunicação publicitária - via identificada, para cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária para identificação de sua autoria, sendo elas submetidas a apreciação das empresas licitantes credenciadas no presente certame para vistas e rubricas do seu teor. Passando-se à fase seguinte de verificação das avaliações individuais e elaboração da planilha geral, com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos da proposta técnica, conforme a seguir:

- 1º - Primazia = 76,99
- 2º - Conteúdo = 73,66



ATA DE SESSÃO PÚBLICA REALIZADA
PARA APURAÇÃO DO RESULTADO
GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DA
CONCORRÊNCIA Nº 002/2023 -
PROCESSO Nº 1350/2023.

Às 9:00 (nove) horas do dia 24 (vinte e quatro) de julho de 2023 (dois mil e vinte e três) reuniu-se na Rua Getúlio Vargas, nº 299, Centro, Guarapari/ES, a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Guarapari, designada pela Portaria nº 8.197/2023, composta dos seguintes membros: CLAUDICEIA DE SOUZA FRANCISCO FURTADO (Presidente), PATRÍCIA DE ARRUDA PEREIRA (Secretária), IVAN PIMENTEL MONTEIRO (Membro), GUILHERME RIBEIRO DE OLIVEIRA (Membro) e JULIANA DO NASCIMENTO (Membro), visando promover a sessão pública de abertura do certame relativo à Concorrência nº 002/2023 - Processo Administrativo nº 1350/2023, cujo objeto é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, EM ATENDIMENTO ÀS NECESSIDADES DA CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI, do tipo técnica e preço, de acordo com a Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 8.666/1993. Aberta a sessão pública, a Comissão Permanente de Licitação para apuração dos resultados obtidos nas propostas técnicas contidas nos Envelopes nº 01 - conjunto de informações e nº 03 - via não identificada, conforme Ata da Reunião da Subcomissão Técnica e Planilhas Individuais de Avaliação, que a partir deste ato, tomam-se parte integrante da presente Ata. Ato contínuo, procedeu-se à abertura dos Envelopes nº 02 - proposta técnica - plano de comunicação publicitária - via identificada, para cotejo entre as vias identificadas e não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária para identificação de sua autoria, sendo elas submetidas a apreciação das empresas licitantes credenciadas no presente certame para vistas e rubricas do seu teor. Passando-se à fase seguinte de verificação das avaliações individuais e elaboração da planilha geral, com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos da proposta técnica, identificou-se a seguinte ordem:

1º - Primazia com a campanha "Quando você participa, Guarapari se transforma" = 76,99

2º - Conteúdo com a campanha "Sua casa, sua voz, nossa dedicação" = 76,16

3º - Arkus com a campanha "Mais perto de você, para fazer acontecer" = 73,16

Nesse momento, abriu-se a oportunidade para registro em ata de quaisquer considerações

Nesse sentido, vale citar a lei de regência e os termos do edital.

LEI 12.232/2010

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 oposição, 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 oposição 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;



XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA 002/2023

8.1.4. 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 identificado.

8.1.5. Será vedada a **aposição** ao invólucro destinado às informações de que trata o item 7, 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 identificados.

8.1.6. Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto neste edital.

10.1.2. Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante.

Vale esclarecer que a Lei 12.232/10 foi editada num contexto onde havia necessidade de garantir a lisura e imparcialidade nas licitações de publicidade e propaganda, tendo sido norte da norma a manutenção da não identificação das propostas, a fim de evitar qualquer prática irregular que vise a seleção direcionada de concorrentes.

O edital do presente certame cumpre a lei de regência, inclusive reiterando o teor de transparência que a fundamenta, visando a não identificação dos planos de comunicação publicitária a todo custo e de qualquer forma, antes da abertura do invólucro identificado.

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.

Entrementes, 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.

Apenas com a desclassificação da referida concorrente será garantida a lisura no presente certame, uma vez que sua proposta como foi apresentada pode facilmente ter a autoria identificada, tendo os membros da Comissão Técnica



Julgadora conhecimento da proponente antes da abertura do invólucro identificado.



3. DA VANTAGEM INDEVIDA OBTIDA POR DESCUMPRIMENTO DO EDITAL EM CRITÉRIOS OBJETIVOS DA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA

3.1. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Outra grave inconsistência identificada na proposta apresentada pela concorrente PRIMAZIA foi o descumprimento do edital em relação à apresentação da proposta técnica. Isto porque, o edital estabeleceu que a proposta técnica deveria ser concisa, apresentada em forma de texto, **com um máximo de 2 (duas) páginas para a estratégia de comunicação publicitária e 2 (duas) páginas para a estratégia de mídia e não mídia, totalizando 6 (seis) páginas.** Senão vejamos os termos do edital:

8. ENVELOPE N° 02 "PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA"

II. raciocínio básico, sob a forma de texto de, no máximo, 2 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Guarapari, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II. estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto de, no máximo, 2 (duas) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara de Guarapari.

[...]

*IV. estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, **apresentada sob a forma de textos de, no máximo, 2 (duas) páginas,** e ainda permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.*

Ocorre que a concorrente supracitada, PRIMAZIA, desrespeitou essa determinação ao apresentar um **total de 13 (treze) páginas**, acima do dobro do limite permitido, **demonstrando flagrante inobservância das regras editalícias.**

Permitir que uma concorrente extrapole a quantidade de páginas exigida para apresentação do que se refere às estratégias de comunicação é permitir que uma concorrente tenha vantagem indevida.

É um desafio para as concorrentes garantir clareza e entendimento em um texto resumido de duas páginas. Ao passo que no momento em que uma concorrente possui o dobro de páginas para se expressar, poderá ser melhor compreendida e expor muito mais informações e nuances da sua estratégia e como pretende realizar a campanha publicitária



Certamente uma concorrente com esses benefícios de mais páginas escritas terá uma vantagem indevida sobre as demais. De modo que as regras estabelecidas no edital visam garantir uma isonomia de tratamentos para um julgamento imparcial e equânime, devendo todas as concorrentes se aterem e vincularem aos termos do edital, sob pena de desclassificação de suas propostas.

A lei geral de licitações é clara ao impor estes princípios como fundamentais e norteadores da contratação pública:

Lei 8.666/93

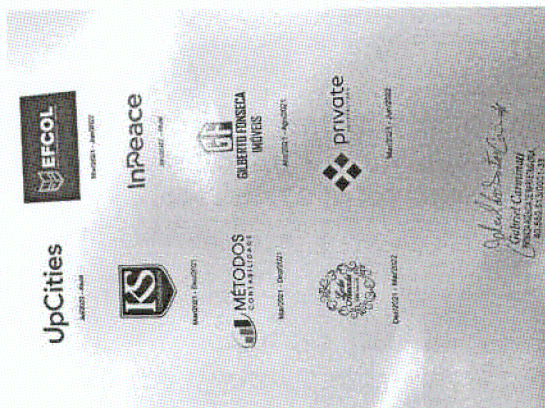
Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

Por essa razão, a proposta apresentada pela concorrente PRIMAZIA deve ser desclassificada.

3.2. DA RELAÇÃO NOMINAL DE CLIENTES ATENDIDOS

Além disso, há mais inconformidades com o edital. Especificamente no que diz respeito à capacidade de atendimento, o edital requer que o licitante apresente, **em texto com extensão máxima de 10 (dez) páginas, uma relação nominal dos principais clientes atendidos**, acompanhada da especificação do período de atendimento.

Contudo, a empresa Primazia **deixou de mencionar nominalmente seus clientes atendidos, optando por anexar exclusivamente suas logomarcas**. Essa omissão comprometeu a disponibilização de informações relevantes acerca dos clientes atendidos, o que é um fator crucial para a avaliação da competência e da experiência da licitante em realizar serviços de publicidade.

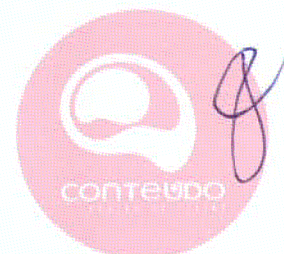


CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI

EM 31 JUL 2023

PROTOCOLO Nº

1905





Novamente, o não cumprimento do edital garante à concorrente vantagem indevida, vez que apresenta trabalho técnico de elaboração de logomarcas onde não deveria. Além de poder ser uma forma escusa de identificação da proposta, ao passo que apresenta de forma única e totalmente diversa do previsto em edital.

A preservação da imparcialidade e da isonomia no processo licitatório é de extrema relevância para garantir a seleção da empresa mais qualificada e apta a atender às necessidades da contratação em questão. **A não observância das diretrizes estabelecidas coloca em risco a credibilidade do processo e prejudica todos os licitantes que cumpriram rigorosamente as normas.**

Notoriamente, esta não observação é suficiente, mais uma vez, para desclassificar a concorrente.

3.3 DO REPERTÓRIO

Quanto ao repertório, o edital foi claro ao demandar que o licitante apresentasse duas campanhas produzidas e veiculadas por ele, cada uma limitada a 2 (duas) páginas, acompanhadas de peças e respectivas memórias técnicas. Ainda, o concorrente deveria apontar a cada peça uma ficha técnica com identificação do licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação de, **ao menos, 2 (dois) veículos que divulgaram cada campanha.**

A empresa Primazia novamente não atendeu essas diretrizes ao apresentar as campanhas "Instituto do Coração" e "Patrícia Orlette". **Houve omissão das mídias requeridas (TV, rádio, revista ou jornal) e a apresentação de trabalhos não solicitados, o que constitui uma clara violação das regras editalícias.**

Esse descumprimento novamente pode garantir vantagem indevida à licitante, além de mais uma vez poder ser caracterizado como forma de sua identificação, pois age de forma peculiar e única em contraponto ao estabelecido no edital.

Cabe ressaltar ainda, que em reflexo do que citamos na identificação da proposta, no certame anterior onde apresentou a mesma proposta a empresa que já havia sido alertada sobre essa irregularidade, conforme anexo trecho de ata concorrência 001/2023 <https://www.cmg.es.gov.br/uploads/licitacao/913-ata-de-sessao-publica-realizada-para-apuracao-do-resultado-geral-das-propostas-tecnicas-1680271400.pdf>, evidenciando sua ciência das diretrizes e sua reincidência nessa prática, o que suscita dúvidas sobre sua conduta ética e capacidade de cumprir as normas estabelecidas.

Além disso, a empresa Primazia não incluiu as fichas técnicas de cada serviço, o que também representa outra não conformidade com o edital. Essas fichas técnicas contêm informações essenciais, como os veículos de divulga-



ção utilizados, e a ausência delas denota falta de preparo e desconhecimento

Na fase seguinte, no julgamento das propostas do Envelope 01, a Subcomissão Técnica verificou que a empresa licitante "Arkus Propaganda Ltda", descumpriu o item 4.1.1, inciso I, do Edital, que estabelece que a Capacidade de Atendimento deverá ser elaborada sob a forma de texto de no máximo 10 (dez) páginas, tendo a licitante apresentado 28 (vinte e oito) páginas. Em seguida, a Subcomissão Técnica verificou que a empresa licitante "Primazia Agência de Marketing LTDA" descumpriu o item 4.1.2, inciso II, do Edital, que estabelece que, no Repertório, para cada campanha o licitante deverá apresentar uma peça para cada um dos seguintes meios: TV, rádio, revista ou jornal. O licitante, na campanha "Instituto do Coração", não apresentou a peça de spot e/ou jingle.

por parte da empresa em cumprir devidamente as exigências editalícias.

A preservação da imparcialidade e da isonomia no processo licitatório é de extrema relevância para garantir a seleção da empresa mais qualificada e apta a atender às necessidades da contratação em questão. **A não observância das diretrizes estabelecidas coloca em risco a credibilidade do processo e prejudica todos os licitantes que cumpriram rigorosamente as normas.**

4. CONCLUSÃO

Ao longo do desenvolvimento do processo licitatório, foram constatadas inconsistências e irregularidades significativas na apresentação da empresa Primazia, o que demanda uma avaliação minuciosa e imparcial de sua classificação e das notas atribuídas.

Essas questões suscitam preocupações legítimas em relação à lisura e à conformidade do certame com as normas jurídicas e princípios fundamentais que regem o processo licitatório.

As irregularidades observadas violam diretrizes fundamentais previstas na legislação de licitações e contratos (Lei nº 8.666/93 e Lei 12.232/10), que visam garantir a igualdade de tratamento entre os licitantes e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

A prática de apresentar a mesma campanha publicitária que já havia sido submetida em certame anterior, por si só, coloca em xeque a originalidade e a criatividade exigidas no âmbito de uma licitação, prejudicando a competitividade e comprometendo a escolha da proposta mais inovadora e qualificada.

Para além disso, a possibilidade de identificação da autoria da proposta já deveria invalidar de plano a sua participação no certame. Não há justificativa, sob qualquer prisma que se olhe, para permitir que uma campanha de autoria pública concorra num certame onde as propostas não devem ser identificadas.



Cabe à Comissão Permanente de Licitação garantir a conformidade com as normas e diretrizes estabelecidas no edital, promovendo a justiça, a lisura e a transparência no processo licitatório, a fim de selecionar a proposta mais vantajosa e qualificada para atender às necessidades da Administração Pública.

5. DOS PEDIDOS

Face a todo exposto, a **RECORRENTE** requer:

- a) O recebimento do presente Recurso Administrativo, tendo em vista o preenchimento de todos requisitos legais, em especial a tempestividade;
- b) A intimação das demais concorrentes, para que, querendo, manifestem-se no prazo legal sob os termos aqui apresentados;
- c) O conhecimento da matéria discutida nesse Recurso, para julgá-la **PROCEDENTE** na sua totalidade e, como consequência desclassificar a concorrente **PRIMAZIA AGÊNCIA DE MARKETING LTDA** pela não observação dos termos do edital e das leis de regência.

Por fim, na hipótese de a decisão recorrida não ser alterada, requer o encaminhamento do recurso para autoridade superior, em conformidade com o §4º, do art. 109, da lei nº 8666/93, observando-se ainda o disposto no §3º do mesmo artigo.

CÂMARA MUNICIPAL DE GUARAPARI

EM 31 JUL 2023

PROTÓCOLO Nº
3903

Termos em que pede e aguarda deferimento.

Cachoeiro de Itapemirim/ES, 28 de Julho de 2023

08.541.850/0001-09

Conteúdo Gestão de Marcas LTDA

Por seu sócio-administrador Gustavo Coelho Fontana

