

Ao Presidente da Comissão Permanente de Licitações do Município de Assis Chateaubriand

– Estado do Paraná

2019 / 03 / 2036 14:13:50 22/03/2019
023 - PROCESSO LICITATORIO
139 - RECURSO ADMINISTRATIVO
BLANCO LIMA COM. E MARK. LTDA

Concorrência n° 003/2018

Contratação de serviços de publicidade

Blancolima Comunicação e Marketing Eireli, já qualificada, vem tempestivamente à presença de Vossa Senhoria apresentar **recurso administrativo** contra o julgamento das propostas pela Subcomissão Técnica em face de erros gravemente cometidos pela concorrente ÚNICA PROPAGANDA LTDA - EPP, o que faz com base no item 11.5.1. do edital da concorrência e alíneas *a* e *b* do inciso I do art. 109 da Lei de Licitações, e pelos motivos a seguir expostos.

1. Da necessária desclassificação da empresa ÚNICA PROPAGANDA LTDA - EPP por quebra do princípio da impessoalidade e violação do sigilo do material apresentado.

A licitante ao fazer *mockup* de um jornal em uma notícia real com uma indicação não fundamentada de marca/informação na sua proposta técnica erra gravemente, sendo passível de desclassificação. De modo geral, a legislação proíbe a indicação de marca, sinal e/ou informação na proposta. Contudo, em alguns casos, isso é admissível, desde que haja justificativa técnica para isso, fato que não foi apresentado pela concorrente.

Veja o que o TCU diz:

Análise do TCU Acórdão 116/2015 – P: (...) na legislação de regência, a regra é a vedação à indicação de marca (arts. 15, § 7º, inciso I, e 25, inciso

I, da Lei 8.666/1993), excepcionada apenas nos casos em que for tecnicamente justificável (art. 7º, § 5º, da Lei 8.666/1993) a vedação à indicação de marca (arts. 15, § 7º, inciso I, e 25, inciso I, da Lei 8.666/1993) não se confunde com a menção à marca de referência, que deriva da necessidade de caracterizar/descrever de forma adequada, sucinta e clara o objeto da licitação (arts. 14, 38, caput, e 40, inciso I, da mesma Lei). A diferença básica entre os dois institutos é que o primeiro (excepcionado pelo art. 7º, § 5º, da Lei 8.666/1993), admite a realização de licitação de objeto sem similaridade nos casos em que for tecnicamente justificável, ao passo que o segundo é empregado meramente como forma de melhor identificar o objeto da licitação, impondo-se a aceitação de objeto similar à marca de referência mencionada” (Acórdão 2.829/2015 Plenário).

Data vênua, em nenhum momento a licitante ÚNICA PROPAGANDA justifica porque o seu “anúncio jornal ¼ página tablóide – 14,6x19cm alt” está aplicado em um mockup de uma notícia sobre a publicitária Marcia Acatauassú Ledo. Veja-se:

... e Codes Nacionais, em instituições em São Paulo, e, desde 2002, atua na área do mercado digital, além de já ter

que trabalham nesta área, pois com as rápidas mudanças o profissional precisa ter facilidade em se adaptar a elas. O curso tem o objetivo de

... e o público alvo da empresa, com o intuito de...
... e o público alvo da empresa, com o intuito de...
... e o público alvo da empresa, com o intuito de...

... e o público alvo da empresa, com o intuito de...
... e o público alvo da empresa, com o intuito de...
... e o público alvo da empresa, com o intuito de...



O nosso horto.

O Parque Municipal São Francisco de Assis, o nosso Horto Florestal, é uma grande herança natural, um paraíso rico em fauna e flora para todas as famílias desfrutarem momentos de lazer. Para que esse paraíso continue bonito e convidativo, ele deve ser respeitado e mantido sempre limpo. Não jogue lixo pelas trilhas ou nos lagos. Lugar de lixo é na lixeira.



LUGAR DE LIXO É NA LIXEIRA!



Município de Assis Chateaubriand
ESTADO DO PARANÁ

www.assischateaubriand.pr.gov.br

8 - Anúncio jornal 1/4 página tabloide - 14,6x19,5cm alt

14



Marcia Acatauassú Ledo • 3º

Publicitária, Empreendedora, Especialista em Marketing Pessoal // Diretora-sócia da Escola do Conhecimento
Belém, Pará, Brasil

Enviar mensagem

Prefeitura Municipal de Belém
ESPM-SP
Visualizar informações de contato
+ de 500 conexões

Mais de 20 anos de atuação em agências de propaganda, com domínio de todas as áreas: planejamento, atendimento, mídia, criação, produção e gestão de agência. Consultora de marketing desde 2007 desenvolvendo estratégias e ministrando treinamentos de comunicação e marketing para empresas de diversos ramos. Implantou a Escola de Propaganda em 2008, hoje chamada Escola do Conhecimento, por onde já passaram mais de 4 mil alunos e onde acontecem cursos de alta performance, na área empresarial, marketing, gestão, Coaching e Direito. Atua também como Diretora do Núcleo de Publicidade da Prefeitura de Belém desde janeiro 2013.

Tal erro é gravíssimo, pois fere o princípio da impessoalidade da proposta da concorrente. Logo, como esta amparada em razões de ordem técnica, motivada e documentada, demonstrando que somente a adoção dessa marca e informação fere o art. 6º da lei 12.232/10 e o item 3.1.2.1.3 do instrumento convocatório, o qual se encontra em destaque no edital:

3.1.2.1.3. O Plano de Comunicação – Via Não Identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possa identificar sua autoria, sob pena de desclassificação.

Dessa maneira deve-se cumprir o que é determinado na lei e no edital, sendo a proponente, desclassificada por ter violado o sigilo do seu material.

2. Da necessária desclassificação da empresa ÚNICA PROPAGANDA LTDA - EPP por apresentação de dados equivocados e/ou imprecisos.

A licitante ÚNICA PROPAGANDA comete diversos erros em sua “Estratégia de Mídia e Não Mídia” que não justificam sua nota, além de apresentar dados

equivocados em seu “Raciocínio Básico”, que não foram observados pela Subcomissão e são passíveis de desclassificação da proponente do certame.

A licitante apresenta informação desatualizada, com dados do ano de 2013, da população de Assis Chateaubriand (33.998 habitantes). À época da licitação, já estava disponível a estimativa de 2017 – 34.064 habitantes (a de 2018 até o momento não foi divulgada pelo IBGE, conforme pode ser visto em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/assis-chateaubriand/panorama>).

Com esse equívoco, mostra-se uma explícita demonstração de que faltou pesquisa qualitativa por parte desta licitante.

A falta de conhecimento do município fica claro quando à ÚNICA PROPAGANDA resume que o público-alvo da sua proposta de campanha é “o munícipe e o turista esporádico”, sem citar em nenhum momento quem são eles, de onde residem a fim de que sua comunicação os alcance. Assim, descumpre o disposto no edital e no briefing, ao não definir com clareza seu público-alvo.

O briefing é claro ao determinar que:

ALCANCE E PÚBLICO-ALVO

A licitante deverá identificar o público-alvo a ser atingido pelas ações de comunicação proposta, bem como utilizar a verba destinada para alcançá-lo, o que constitui parte da tarefa a cargo das empresas participantes do certame.

Tal determinação também está prevista no item 5.1.1.4 alínea “A”:

5.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha



exclusivamente publicitária (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Assis Chateaubriand.

Porém a licitante Única, somente define em seu plano que:

Conforme pede o briefing, a campanha está prevista para trinta dias e tem como público-alvo os frequentadores do Parque São Francisco de Assis, o que inclui o munícipe e o turista esporádico. A intenção é que, dentro de um mês, a campanha consiga iniciar o

Ora pergunta-se, quem é o munícipe que frequenta o Horto? Homem ou mulher? Qual idade? Qual classe social? Quem é esse “turista esporádico”, de quais cidades ele vem? Tal erro compromete toda a proposta e estratégia da empresa, visto que cria-se uma estratégia de tentar acertar todo mundo, sem nenhuma assertividade, inviabilizando o investimento feito pela empresa.

Estas atitudes da agência ÚNICA PROPAGANDA trouxeram desigualdade ao processo licitatório frente aos demais licitantes, que se preocuparam em determinar com exatidão e assertividade o público-alvo e trazer dados atualizados do município, razão que motiva sua desclassificação do certame.

3. Da necessária desclassificação da empresa ÚNICA PROPAGANDA LTDA - EPP por apresentar informações que não condizem com a verdade em sua Estratégia de Mídia e não Mídia.

Outro ponto a ser considerado grave e deve acarretar na desclassificação da licitante Única no que tange a apresentação equivocada de custos. A licitante aponta um investimento de APENAS R\$ 500,00 para os custos de fotografias e cachês. Veja-se:

Produção Gráfica e Eletrônica				
Peça	Qty.	(R\$) Total	(%) Produção	(%) Total
VT 30"	1	2.000,00	24,33%	
Spot 30"	1	285,00	3,47%	
Fotografia e Cachês	-	500,00	6,08%	16,65%
Outdoor	6	3.600,00	43,80%	
Folder	10.000	1.834,00	22,31%	
TOTAL		8.219,00	100,00%	

A licitante em nenhum momento cita quantas imagens estavam incluídas na sua campanha. Apenas citou o custo total de R\$ 500,00 (entre fotografias e os cachês dos personagens). Esse valor está muito abaixo do custo médio deste tipo de produção no mercado. Ficando apenas num exemplo simples: o da imagem que representa o globo terrestre com os animais que vivem no Horto Florestal. Este tipo de imagem é chamada no mercado publicitário de "little planet" e só pode ser capturada com um tipo de câmera específica (tal como Câmera Gopro Fusion 360 Chdhz-103 ou Samsung Gear 360) que apenas alguns fotógrafos têm à disposição (basta uma simples pesquisada e descobre-se que nenhum fotógrafo em Assis Chateaubriand possui tal tipo de câmera. Logo, presume-se que este profissional tenha que vir de outra cidade, portanto, além do trabalho dele, há deslocamento para tal produção). Para a campanha gráfica (que exige imagens de alta qualidade, pois precisa ter detalhes), a foto tem que ter entre 4 e 16k. Esta é uma tecnologia razoavelmente nova, que exige um alto investimento. O valor estimado no mercado fotográfico de Cascavel e Umuarama (duas cidades próximas a Assis Chateaubriand e onde encontramos este tipo de profissional qualificado) varia entre R\$ 750,00 a R\$ 880,00 por apenas uma foto nesse estilo (conforme orçamentos - **Veja ANEXOS 1 e 2**). Portanto, este valor é irreal e, sem dúvida, além de não quantificar quantas imagens serão utilizadas, ainda subestimou o seu valor no orçamento, alterando significativamente o resultado final do resultado estipulado no briefing. Veja-se:



Somente o valor dessa foto já ultrapassa o orçamento apresentado pela licitante, sem incluir ainda as demais fotos de seus seis modelos (idosa utilizada em post para rede social, criança entre 10 e 12 anos utilizada em folder com uma dobra, criança entre 4 e 5 anos usada em outdoor com alicate, uma mulher jovem usada em anúncio jornal ½ página standard, uma mulher negra utilizada em um anúncio jornal ½ página tabloide e um homem jovem utilizado em banner de internet), desconsiderando os custos de cachê e também o serviço (incluído deslocamento) a ser prestado pelo fotógrafo.

Assim, ao considerar essa divergência nos valores de fotografias apresentadas pela licitante Única, a mesma deve ser desclassificada do certame. **(Veja ANEXO 3)**

4. Da necessária desclassificação da empresa ÚNICA PROPAGANDA LTDA - EPP pela apresentação incorreta de valor de banner em portal de notícias.

Em seu Plano de Mídia a licitante ÚNICA PROPAGANDA, cometeu mais um grande erro ao incluir no veículo Portal da Cidade Assis Chateaubriand, um Banner Quadrado, no formato 300x250 pixels no valor diário de R\$ 200,00. Veja-se:

Veículo	Programação	Horário	(R\$) unit.	Dias																														Ino.	(R\$) 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		
Portal da Cidade Assis Chateaubriand	Banner Quadrado	300x250px	200,00	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	15	3.000,00
																																		15	3.000,00

Conforme pode constatar na declaração do diretor deste veículo (**Veja ANEXO 4**), o valor de R\$ 200,00 para o banner sugerido pela Única Propaganda custava na época R\$ 200,00 por mês, não por dia. Segundo a empresa Portal da Cidade, o único produto no portal que tem custo diário é o POP-UP, desktop (1000 x 500 pixels)/mobile (300x250 pixels): R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais). Deste modo, a Única não poderia colocar o banner sugerido por apenas 15 dias, mas somente por 30 dias, e o valor mensal não seria R\$ 3 mil, mas apenas R\$ 200,00. Um desperdício de dinheiro público! Dessa forma, a empresa errou seu Plano de Mídia mais uma vez, situação que, aqui exposta, é digna de desclassificação.

5. Da necessária desclassificação da empresa ÚNICA PROPAGANDA LTDA

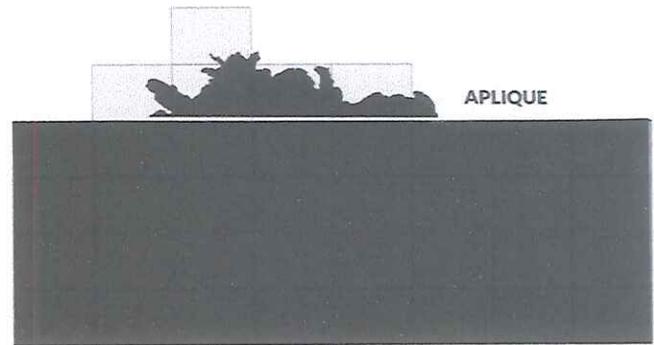
- EPP pelo superfaturamento nos valores de aplique de outdoor.

Em sua campanha criativa, a licitante ÚNICA PROPAGANDA sugeriu seis outdoors (cartazes de papel) **com aplique**, ao custo de produção unitário no valor de R\$ 600,00 (seiscentos Reais). Veja-se:

Produção Gráfica				
Peça	Especificação	Qtd.	R\$ Unit.	R\$ Total
Folder	Papel Couchê Fosco 115g/m²; 4x4 cores; Aberto: 30x21cm; Fechado: 15x21cm; 1 dobra	10.000	0,1634	1.634,00
Outdoor	Papel Sulfito 90g; Formato 9x3m; 4x0 cores. Acabamento: com aplique	6	600,00	3.600,00
			Total	5.238,00

Este valor foi sugerido em julho de 2018. Estamos em março/2019 e ainda hoje (passados oito meses, e mesmo que tenha uma correção nestes custos) este valor é exagerado para produção. Uma simples pesquisada nas empresas produtoras deste tipo de

peça, e descobre-se que esse valor é destoante dos praticados pelo mercado. Para que a produtora consiga executar a peça exatamente como foi projetada, ela teria que utilizar entre quatro e seis folhas de aplique. Veja-se:



Vamos imaginar a seguinte hipótese: se fosse utilizado no aplique painéis de madeirite, segundo duas empresas produtoras de outdoor de Cascavel, o custo para cada painel seria entre R\$ 250,00 e R\$ 350,00 (incluindo a impressão em papel + as seis folhas do aplique) - **Veja ANEXOS 5 e 6.** Aplicando esse valor aos seis pontos apresentados pela licitante ÚNICA PROPAGANDA, teríamos o montante de R\$ 2.100,00 e não R\$ 3.600,00, conforme apresentado pela proponente. Desta maneira, a licitante ÚNICA PROPAGANDA superfaturou este valor ferindo o princípio da economicidade. Diante do exposto, a licitante deve ser desclassificada do certame por tal afronta.

6. Do pedido

Acerca do descumprimento das exigências do Edital de Concorrência nº 003/2018, da Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand - Estado do Paraná, por parte da licitante ÚNICA PROPAGANDA LTDA – EPP, cabe citar Maria Sylvia Zanella Di Pietro:

A inobservância de exigências formais, por um licitante, necessariamente leva à sua inabilitação ou desqualificação, conforme o caso. A Comissão Permanente de

Licitações não pode relevar as falhas formais, a não ser em casos absolutamente excepcionais, em que a irregularidade se supera por outros elementos constantes dos autos; caso contrário, haveria ofensa aos princípios da legalidade, da vinculação ao edital e da isonomia.”

Segue a doutrinadora:

“Além disso, estando as exigências contidas no instrumento convocatório, de forma expressa, elas impõem-se a todos os licitantes, porque todos a ele se vinculam. A Lei 8.666, além de mencionar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório no art. 3º, ainda repete, no art. 41, a mesma exigência, determinando que a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.”

Dessa forma, manter a classificação da empresa ÚNICA PROPAGANDA LTDA - EPP, de forma a permanecer indiferente aos motivos aqui explicitados, implica flagrante desrespeito ao princípio constitucional da legalidade (Art. 37, caput) da Administração Pública, visto que o ordenamento jurídico brasileiro é muito claro quanto à obrigação do Estado e seus agentes de fazerem ou deixarem de fazer somente aquilo que está previsto em lei. Diante de tal situação, o processo licitatório acaba por ser ferido de morte em um dos seus aspectos mais básicos.

Diante de todo o exposto, requer:

- a) O recebimento deste recurso para, no mérito, dar-lhe provimento;
- b) Ser desclassificada a licitante ÚNICCA PROPAGANDA LTDA – EPP, pelo flagrante descumprimento de exigências editalícias;



Pede deferimento.

Assis Chateaubriand, PR, 22 de março de 2019.

Elvis Cândido Lima

Blanco Lima Com. e Mark. Eireli

Administrador

Elvis Candido Lima – CPF 394.149.149-00

Administrador - Blancolima Comunicação e Marketing Eireli.

72.491.186/0001-30

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO
E MARKETING EIRELI

RUA PRESIDENTE KENNEDY, 2802
COQUEIRAL - CEP 85.807-080
CASCAVEL

ANEXOS, EM ORDEM NUMÉRICA

1. Orçamento fotográfico: Caio Peres, Umuarama
2. Orçamento fotográfico: Eron Zeni, Cascavel
3. Imagens da campanha apresentada pela Única
4. Declaração Portal da Cidade Assis Chateaubriand
5. Orçamento AGV Outdoor
6. Orçamento Rede Out of Home



CAIO PERES

ORÇAMENTO FOTOGRÁFICO

SERVIÇO

01 - Captura de imagem em 360°

LOCAL

Horto Florestal em Assis Chateaubriand - Paraná.

VALOR TOTAL - RS 750,00 Setecentos e cinquenta reais

21 de Março de 2019.

CAIO PERES

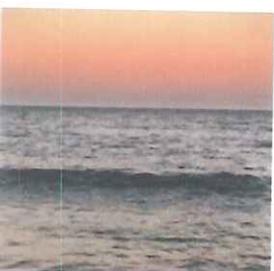
CAIO PERES

44 9 9911 7133

CONTATO@CAIOPERES.COM.BR

INSTAGRAM/PERESCAIO - WWW.CAIOPERES.COM.BR

CP



Cascavel, 21 de Março de 2019.

A/C AGENCIA BLANCO LIMA
blancolima@blancolima.com.br

ORÇAMENTO FOTOGRÁFICO
210319-1

Conforme solicitado, segue orçamento referente a produção de fotografia em 360 graus na cidade de Assis Chateaubriand, composto pelos seguintes itens:

CAPTURA DE IMAGEM EM 360 GRAUS

- * captura de imagem em 360 graus;
- * entrega de uma imagem em alta resolução;
- * edição para uma imagem;
- * **R\$ 880,00**



Telefone: +55 (45) 98402.7189

Avenida Carlos Gomes, 4096, Sala 03 | Andar 1
Cascavel - PR
CNPJ: 26.018.615/0001-39

A ÚNICA PROPAGANDA utilizou 6 (seis) modelos, além de uma imagem de 360° do Horto Florestal, mais as imagens dos animais, conforme abaixo.



2 - Folheto 1 sobre - tamanho: 34x10cm at.



3 - 0x60cm - 11x1 - 3x



4 - 1x1 - 1x1 - 1x1

2 - Para para sobre sobre



7 - 1x1 - 1x1 - 1x1



8 - 1x1 - 1x1 - 1x1



9 - Banner de internet - 300x250px.

Handwritten signature or mark.

À
Blancolima Comunicação e Marketing
Cascavel PR

DECLARAÇÃO

Declaramos para todos os fins que em nossa Tabela de Preços, ano 2018, consta todas os formatos e variações de espaços publicitários, inclusive o Banner Quadrado, formato 300x250 pixels, tem o CUSTO MENSAL de R\$ 200,00 (Duzentos Reais). **O único produto em nosso portal que tem custo diário é o POP-UP**, desktop: 1000x500 pixels / Mobile: 300x250 pixels, no valor diário de R\$ 150,00 (Cento e cinquenta Reais). A nova tabela de 2019, mantém o mesmo padrão.

Sem mais,

Assis Chateaubriand, 20 de março de 2019.



Edvaldo Carnaiti
Diretor Geral



AGV OUTDOOR CNPJ: 06.114.080/0001-92

RUA PRESIDENTE KENNEDY, 1847 CENTRO

ORÇAMENTO

Data 21/03/2019

Segue o Orçamento

- Confecção de 06 Cartaz (Outdoor) 3 x 9 cada
- com Aplique de maderite de 100 x 4,40 cada Painei

OBS : Só Confeccionar e Entregar para a empresa exibidora

Valor : R\$ 250,00 cadaPainei com aplique

Atenciosamente....

Marlene Bertolini

AGV OUTDOOR

De Marco <marcocvel@redeoutdoor.com.br> ★

Assunto **ENC: OUTDOOR**

Para Elvis Candido lima ★

Responder

Encaminhar

Arquivar

Spam

Excluir

Mais ▾

13:50

Elvis, boa tarde!

Impressão papel: R\$ 110,00

Aplique com 06 folhas (conforme layout abaixo): R\$ 240,00

Total: R\$ 350,00



Dúvidas, estou à disposição

Atenciosamente

rede
out of home

Marco Brandalize
Gerente
(45) 3038-7613 | 8404-5124
Cascavel-Pr

OUTDOOR - PAINEL DIGITAL - FRONT LIGHT - TRIEDOS - EMPENHAS
CURITIBA | LONDREINA | MARINGÁ
CASCAVEL | POZ DO IGUAÇU
www.redeoutdoor.com.br

Elvis