

DOUTA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

ARKUS PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica sob nº 20.491.368/0001-07 e Inscrição Municipal Nº49.895, com endereço comercial à Rua Álvaro Floret, 102 – Vila Hilst – CEP 17207-020, em Jaú/SP, neste ato representada por sua representante legal, Maria Fernanda Gregio, brasileira, divorciada, empresária, portadora da carteira de identidade nº 27.997.834-0, inscrita no CPF/MF nº 277.008.358-96, com endereço à Rua Wilma Aparecida Frascchetti, 60 – Jardim Juliana – CEP 17214-102 em Jaú/SP e por seu Advogado Doutor Caio Henrique Pedroso, inscrito na OAB/SP sob nº 333.344, com escritório à Rua Sete de Setembro, 1216, Vila Nova, em Jaú/SP (instrumento de procuração anexo), empresa Concorrente nos autos em epígrafe, nos termos do Capítulo 14 do edital e a previsão Legal da Lei 12.232/2010 e Lei 8.666/1993, vem, interpor RECURSO ADMINISTRATIVO contra o JULGAMENTO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO que ocorreu na sessão do dia 03/07/2018, conforme a seguir exposto.

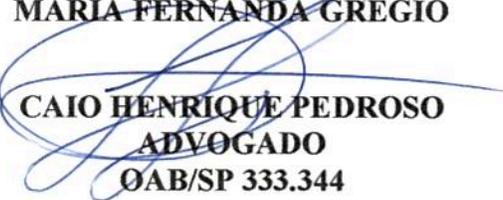
Requer seja o presente Recurso encaminhado ao Magnífico Senhor Reitor do Centro Universitário Municipal de Franca, para julgamento.

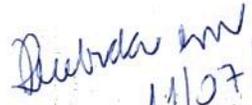
Nestes Termos,

P. Deferimento,

Jaú/SP, 10 de Julho de 2.018.


ARKUS PROPAGANDA LTDA.
MARIA FERNANDA GREGIO


CAIO HENRIQUE PEDROSO
ADVOGADO
OAB/SP 333.344


11/07/18
10:30
Bruna S. Ferreira
Uni-FACEF Compras

DAS RAZÕES RECURSAIS.

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 21/2018

CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

OBJETO: Contratação, sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo estudo, planejamento, concepção, produção, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA - Uni- FACEF, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, televisão, rádio, outdoor, mídias digitais dentre outros, a serem prestados por uma agência de propaganda, em conjunto com o pessoal interno do Uni-FACEF, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que atendam o CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA - Uni-FACEF localmente.

MAGNÍFICO SENHOR REITOR!

I – DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE DO PRESENTE RECURSO.

O presente recurso é medida cabível estando prevista no capítulo 14 do edital, uma vez que assim dispõe:

14.1. Os recursos referentes às decisões do Órgão Julgador desta licitação deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da publicação da decisão correspondente no Diário Oficial do Município de Franca, Estado de São Paulo e/ou jornal diário de grande circulação, em petição escrita dirigida ao Sr. Reitor do Uni-FACEF, por intermédio da Comissão de Licitação.

14.2. A publicação mencionada no item anterior será suprimida se todos os representantes credenciados dos licitantes estiverem presentes, os quais sairão intimados dos resultados alcançados durante a sessão pública, data a partir da qual correrá prazo recursal.

8.666/1993, destaca:

O edital segue a previsão da Lei 12.232/2010 que cominada com a Lei

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

...

§ 4o O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

A sessão a que se refere o inciso em destaque, foi realizada no dia 03/07/2018 e todas as licitantes estavam devidamente representadas, ocasião em que saíram intimadas do julgamento da Douta Comissão de Licitação.

Sendo assim, o prazo recursal iniciou-se em 04 de Julho de 2.018 com encerramento em 11 de Julho de 2.018, isso porque dia 09/07/2018 é feriado no Estado de São Paulo.

Demonstra-se desta forma, que o presente recurso é tempestivo, assim como observa as condições para o seu recebimento e julgamento.

II DOS FATOS

O Centro Universitário Municipal de Franca, autarquia municipal, desejando Contratar Agência para Prestação de Serviços de Publicidade, lançou licitação na modalidade Concorrência, pelo **Tipo Técnica e Preço**, através do Processo Licitatório 021/2018, que resultou na Concorrência 01/2018.

O edital foi publicado nos termos da Lei.

A sessão de recebimento dos envelopes realizou-se no dia 29/06/2018. Verificou-se a participação de 06 empresas interessadas: **A4 Comunicação Social Publicidade Propaganda e Assessoria LTDA; Versão BR Comunicação e Marketing EIRELI EPP; Arkus Propaganda LTDA; Hold Comunicação e Serviços Ribeirão Preto LTDA EPP; Nova MCP Comunicação e House Criativa Comunicação LTDA ME.**

Todas as empresas estiveram representadas e seus representantes foram devidamente identificados em ata.

Em ato contínuo, a sessão prosseguiu nos termos do edital com a abertura do envelope A e na sequência foi encaminhado a subcomissão para julgamento das propostas técnicas.

Passou-se então a abertura do envelope C - Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, o qual foi vistado pela Comissão de Licitação e pelos representantes credenciados das empresas participantes.

Ao final foram rubricados e lacrados os envelopes B e D, os envelopes C foram encaminhados a subcomissão para julgamento e por último foi lavrado ata, constando que a próxima sessão seria realizada no dia 03/07/2018 às 09h:30min.

Na sessão designada, novamente todas as empresas se apresentaram devidamente representadas. A comissão então, passou a realizar os atos disposto no edital que resultou na seguinte classificação:

PONTUAÇÃO GERAL ENVELOPE A + C	PONTUAÇÃO MÁXIMA	HOLD	ARKUS	A4	NOVA MCP	VERSÃO BR	HOUSE
	86	42,01	15,19	13,17	19,96	70,62	21,38

PONTUAÇÃO MÁXIMA	HOLD	ARKUS	A4	NOVA MCP	VERSÃO BR	HOUSE	
PONDERÇÃO PARA PONTUAÇÃO A 100 PONTOS - PROPOSTA TÉCNICA	100	48,85	17,67	15,31	23,21	82,12	24,86

Os documentos foram disponibilizados na sessão para análise e conferência das licitantes, exceto a ata das sessões de julgamento da subcomissão, que foram posteriormente disponibilizadas no site da UNIFACEF. Mas, as planilhas de notas da subcomissão no momento da 2ª sessão estavam disponíveis.

Após a realização de todos os atos, a sessão foi encerrada, e todas as empresas saíram intimadas do resultado do julgamento, com cópia da ata para cada empresa e com a informação de que a próxima sessão está prevista para o dia 13/07/2018, caso não haja apresentação de recurso.

Pois bem, a **RECORRENTE**, ao verificar que ocorreu ilegalidade no julgamento da subcomissão, assim como omissão ao apontamento de irregularidades nas propostas apresentada, serve-se da presente para se lançar contra a Decisão da Douta Comissão de Licitação, nas razões adiante.

III DAS RAZÕES DO RECURSO.

1. DOS DISPOSITIVOS LEGAIS

Inicialmente cumpre esclarecer que a Lei nº12.232/2010, disciplina a Licitação para Contratação de Serviços de Publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda.

Conforme previsão legal, ao procedimento da Lei 12.232 aplica-se as Leis 4.680/1965 e a Lei 8.666/1993, de forma complementar.

Temos assim, que a Lei 12.232/2010 tratou das peculiaridades da Licitação para contratação dos serviços de publicidade, sem deixar de observar e seguir os preceitos esculpidos na Lei de Licitações 8.666/1993, razão pela qual, devem ser observados e cumpridos.

E neste caso, é imperioso destacar o artigo 3º da Lei 8.666/1993, que assim dispõe:

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. (Redação dada pela Lei nº 12.349, de 2010) (Regulamento) (Regulamento) (Regulamento)

Dentre o estabelecido no artigo em destaque, especial atenção para a previsão do princípio do JULGAMENTO OBJETIVO, sem prejuízo dos demais. Destacamos que esse princípio será fundamental para a análise e compreensão do que irá se tratar na sequência.

2. DA ILEGALIDADE NO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA.

2.1 AUSÊNCIA DE JUSTIFICATIVA

Nobre Reitor, a discrepância nas notas de julgamento da subcomissão técnica é absurda, o que não se explica, inclusive por causa da de justificativas das notas.

Conforme se observa das planilhas de notas lançadas pelos membros da subcomissão técnica, constante dos autos licitatórios e que anexamos ao presente, as notas foram lançadas sem nenhuma justificativa.

A subcomissão técnica tinha o dever de justificar cada nota lançada nas planilhas, conforme determina o Anexo VI do edital, vejamos:

12.8.A análise da proposta técnica será individualizada, bem como o julgamento do plano de comunicação publicitária. Será desclassificada a proposta técnica que desatender às exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório.

c. Após análise, a subcomissão técnica elaborará ata de julgamento dos quesitos mencionados e encaminhará à Comissão Permanente juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

Quanto a essa exigência, cumpre esclarecer que na 2ª sessão, ao observarem a falta de justificativa nas planilhas de notas da subcomissão técnica, as empresas questionaram a Comissão de Licitação, contudo, além de não ser reproduzia em ata, houve manifestação verbal da UNIFACEF, por pessoa estranha a Comissão de Licitação, de que o item do edital em destaque seria para o caso de reavaliação das notas com diferença de 20%, destacadas na alínea "a" do mesmo item. **NADA MAIS ABSURDO!!!**

Tal justificativa é contrária ao disposto no edital e a Lei de Regência.

Magnífico Reitor, para que não nos pareça tão absurdo, nos fazemos crer que a manifestação utilizada é justamente por falta de conhecimento da matéria que se aplica, pois do contrário, no mínimo seria um ato doloso de se atentar contra o disposto na Lei e aos princípios da Licitação, em especial ao da Legalidade e o da Vinculação ao Instrumento Convocatório. Sendo certo, que em nenhuma hipótese a manifestação pode se sustentar.

A obrigatoriedade de justificar as notas lançadas pela subcomissão técnica, ainda que não estive prevista no instrumento convocatório, está prevista na Lei 12.232/2010, nos seguintes termos:

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

...

§ 4o O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8o desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6o desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8o desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

... (grifo nosso)

O disposto no inciso IV, de uma vez por todas, faz cair por terra qualquer manifestação da Comissão de Licitação da UNIFACEF, ou ainda de pessoa estranha, de que a justificativa das notas não era necessária.

Diante da falta de experiência com a matéria da Douta Comissão de Licitação, para que Vossa Magnificência não seja conduzida a praticar atos ilegais e atentatórios aos princípios licitatórios, trataremos com a especificidade que merece, o que ora se denuncia.

2.1.1. A NECESSIDADE DE JUSTIFICAR AS NOTAS.

Aqui nos remetemos ao preâmbulo deste capítulo, onde se destaca O PRINCÍPIO DO JULGAMENTO OBJETIVO.

Sobre tal princípio, in casu, se impõe transcrever o que nos ensina o brilhante Doutrinador Professor Marçal Justen Filho:

A impessoalidade é emanção da isonomia, da vinculação à lei e ao ato convocatório e da moralidade. Indica vedação a distinções fundadas em caracteres pessoais dos interessados, que não reflitam diferenças efetivas e concretas (que sejam relevantes para os fins da licitação). Exclui o subjetivismo do agente Administrativo. A decisão será impessoal quando derivar racionalmente de fatores alheios à vontade psicológica do julgador. A impessoalidade conduz a que a decisão independa da identidade do julgador.

Todas as decisões adotadas pela Administração ao longo do procedimento licitatório, desde a fase interna até o encerramento do certame, devem traduzir um julgamento imparcial, neutro e objetivo. O ato convocatório tem de conter critérios objetivos de julgamento que não se confundem nas preferências ou escolhas dos julgadores. O julgamento das propostas subordina-se obrigatoriamente àqueles critérios.

A impessoalidade significa, inclusive, o afastamento de conveniências puramente políticas dos governantes. Assim, por exemplo, infringe a impessoalidade a decisão ofensiva à lei ou ao ato convocatório, mesmo quando o seu conteúdo for compatível com os reclamos imediatos da opinião pública. As regras que disciplinam a licitação devem ser respeitadas e o critério de julgamento não pode ser a compatibilidade com as demandas dos leitores. O princípio da impessoalidade é essencial à democracia e a democracia acarreta a edição de normas jurídicas destinadas a disciplinar condutas futuras dos governantes e dos administrados. O respeito às normas jurídicas é essencial ao regime democrático (Justen Filho, Marçal. Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 13ª ed. São Paulo: Dialética: 2009, página 72). (grifo nosso)

Por sua vez, para que não se corra o risco do absurdo de se comentar que o princípio do julgamento objetivo não é compatível com a licitação de técnica e preço, por se tratar de trabalho intelectual, se faz necessário o comentário de Fernão Justen Filho, doutrinador da mesma banca do Professor Marçal Justen Filho, em artigo que trata especificamente deste princípio nas licitações do tipo técnica e preço:

É necessário que a subcomissão técnica expresse com clareza não apenas justificativas que conduziram a atribuição de pontuação, mas especialmente demonstre a sintonia entre cada fundamentação e a respectiva nota. Cada nota precisa ser compatível com a identificação técnica das qualidades e defeitos de cada proposta.

Há ainda de conservar-se a proporcionalidade também entre as pontuações das propostas, uma relacionadamente às demais. Ou seja, a norma estará atendida quando os repertórios técnicos mais virtuosos receberem menções mais favoráveis e notas também maiores do que os repertórios menos impressionantes. Isso não ocorrerá quando se identificar, por exemplo, uma avaliação louvável acompanhada de pontuação mais baixa do que outro repertório que tenha recebido mais críticas. Logo, exige-se que a atribuição de pontuação guarde coerência com a justificativa de avaliação de cada repertório. (MÉTODO DE JULGAMENTO DE MELHOR TÉCNICA EM CONCORRÊNCIAS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, disponível em: <http://www.justen.com.br/informativo.php?&informativo=85&artigo=1131&l=pt>) (grifo nosso).

Uma vez demonstrado e compreendido o porquê da necessidade das Justificativas das Notas nas planilhas da subcomissão técnica, passaremos a análise concreta do caso dos autos.

Nobre Reitor, no caso da Concorrência 01/2018, a falta de justificativa na planilha de notas da subcomissão técnica resultou na ILEGALIDADE do certame, porque descumpriu a exigência do edital a qual, por sua vez, é reprodução do disposto na Lei 12.232/2010, conforme supra citado.

Conforme esclarecido, a justificativa das notas é necessária, inclusive, para que as empresas participantes possam se manifestar em relação as notas lançadas. Embora na apreciação das propostas técnicas exista algum subjetivismo, o fato é que as notas devem estar estritamente vinculadas com os métodos de avaliação definidos no instrumento convocatório. Sendo assim, as notas lançadas deverão observar esses critérios e serem valoradas de acordo com o cumprimento dessas avaliações e a diferença de uma e outra nota sobre o mesmo critério deve ser devidamente justificada na planilha de notas.

No caso desses autos, verifica-se que as notas lançadas se distanciaram das definições de avaliação constantes no edital, e será melhor demonstrada adiante.

Mas, por ora, aclarando sobre a necessidade de justificativa nas planilhas de notas, o fato é que a subcomissão tinha o dever de julgar as propostas técnicas de acordo com os critérios objetivos do edital. Esse inclusive é o entendimento do Tribunal de Contas da União, no acórdão Nº 2253/2014 – TCU – Plenário:

7. Foi verificada, ainda, na planilha de julgamento das propostas técnicas, situação em que, em relação a um dos quesitos de pontuação, a empresa representante atendeu satisfatoriamente a um dos itens avaliados nesse quesito, e parcialmente a dois outros itens. Situação absolutamente idêntica foi constatada para a empresa considerada vencedora em relação aos mesmos itens. Entretanto, a primeira teve pontuação do quesito menor que a última, sem qualquer justificativa para essa disparidade.

8. Quanto ao questionamento da representante acerca da ausência de fundamentação no julgamento da proposta técnica, foi verificado que, apesar de o Sebrae ter apresentado justificativas para a atribuição da pontuação, o que torna a representação improcedente em relação a esse ponto, a ausência de critérios objetivos de atribuição da pontuação foi a causa da incompreensão da licitante quanto às notas recebidas.

Desta forma, é inegável, que a falta de justificativa além de não cumprir o determinado no edital e na lei, dificulta e até impede a **RECORRENTE** de questionar as notas recebidas na sua proposta técnica.

Cumprе ressaltar, que em uma simples comparação da proposta da **RECORRENTE** com a proposta melhor classificada, verifica-se que não são justas as notas lançadas uma vez que as duas propostas se desenvolveram nos termos do edital, no entanto, a melhor classificada acabou por identificar sua Campanha ao incluir produto da UNIFACEF que não era objeto da Campanha, o que ficará melhor identificado mais adiante.

Para melhor compreensão do que se diz em relação a comparação das propostas técnicas, segue anexo uma análise sucinta dos documentos elaborada pelo nosso Profissional Murilo Ronchesel.

No citado documento anexo, é possível compreender de forma incontestável que as notas não são compreensíveis da forma que se apresentaram, e que a ausência de justificativa fracassou todo o certame até aqui desenvolvido.

3. DA ILEGALIDADE DO CERTAME QUE RESULTA NA SUA ANULAÇÃO.

A subcomissão ao não observar o disposto no edital e na Lei 12.232/2010, ao não justificar suas notas lançada nas planilhas de notas, causou a ilegalidade do certame, sendo a sua anulação a medida legal.

Neste ponto, mais uma vez, evitando que Vossa Magnificência não seja orientada erroneamente pela falta de conhecimento e experiência com a matéria que se analisa, pedimos vênua para o que segue:

3.1. DA NULIDADE INSANÁVEL.

A teoria das nulidades no direito privado e no direito público, não se aplicam de forma idêntica, tendo cada qual a suas peculiaridades, inclusive em razão do interesse público.

A questão ainda padece de uma regularização tipificada, deixando para cada caso a sua análise, de acordo com o que se apresenta e os seus efeitos.

No caso das licitações, o artigo 49, da Lei 8.666/1993, discorre:

Art. 49. A autoridade competente para a aprovação do procedimento somente poderá revogar a licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

§ 1o A anulação do procedimento licitatório por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do art. 59 desta Lei.

§ 2o A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado o disposto no parágrafo único do art. 59 desta Lei.

§ 3o No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

§ 4o O disposto neste artigo e seus parágrafos aplica-se aos atos do procedimento de dispensa e de inexigibilidade de licitação.

Observando o dispositivo legal em destaque, temos então que, o legislador incumbiu ao Administrador Público o dever de anular o procedimento licitatório, quando constatar a ilegalidade, seja do edital ou do procedimento, salvaguardando, inclusive, o contraditório e a ampla defesa para esses casos.

Observe-se ainda que, a anulação deverá ocorrer, ainda que a licitação tenha sido homologada, adjudicada e o contrato firmado.

Sobre esse prisma, assim se manifesta o STJ:

**“3. A possibilidade de anulação do procedimento licitatório após celebrado o contrato administrativo não suscita maiores dúvidas, porquanto a própria Lei 8666/1993 dispõe que a nulidade do procedimento licitatório induz à ordem do contrato dele decorrente.
4. Não observada as regras legais que regulam tal procedimento, de modo a causar prejuízo a Administração Pública ou qualquer das partes, impõe-se o reconhecimento da nulidade.”(RESp nº 447.814/SP, 1ª T., rel. Min José Delgado, j. em 17.12.2002, DJ de 10.03.2003).**

Temos assim que, se um contrato celebrado deve ser anulado em razão do vício na licitação, ainda mais deverá ser quando detectado ainda na fase licitatória.

No entanto, é certo que nem sempre é fácil atestar quando a legalidade causará a anulação do certame, isso porque, em alguns casos a ilegalidade poderá ser superada. Para distinguir essa situação, Marçal Justen Filho, faz a seguinte menção em sua obra:

**“Nesse ponto, é imperioso diferenciar a natureza do interesse lesado. Há casos em que o interesse é puramente privado, de titularidade de sujeitos determinados. Em outras hipóteses, a lesão alcança interesses públicos ou privados de pessoas indeterminadas.
Usualmente, costumava-se distinguir duas hipóteses para afirmar uma distinção. Nos casos de infração a interesse privado de sujeito determinado, configurar-se ia hipótese de anulabilidade. Isso equivaleria a reconhecer que o ato jurídico questionado produziria efeitos se e enquanto não pronunciado vício. Mais ainda, a invalidação dependeria de provocação do interessado, que seria titular privativo da legitimação para pleitear o desfazimento do ato que o prejudicou.
Já nos casos de lesão a interesse público ou a interesse privado de sujeitos indeterminados, haveria nulidade propriamente dita. Nessa situação, o desfazimento do ato far-se-ia com feitos retroativos, incumbindo à autoridade administrativa o dever de pronunciar de ofício a nulidade.” (Justen Filho, Marçal. Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 13ª ed. São Paulo: Dialética: 2009, página 649).**

Percebe-se desta forma, que a anulação de um ato, exige um esforço no exame da causa.

Com a evolução da matéria, a questão passou a ser resolvida com a aplicação do princípio da proporcionalidade, isso porque, alguns atos ilegais poderiam ser sanáveis o que por vezes seria mais benéfico ao interesse público.

Mais uma vez, no utilizamos dos ensinamentos do Professor Marçal Justen Filho, que além de confirmar a incidência do princípio da proporcionalidade, também esclarece a forma de aplicação desse princípio:

“a questão se submete, então, à incidência do princípio da proporcionalidade. Cabe apurar se a pronúncia do vício é a solução mais adequada para recompor a ordem jurídica violada. A asserção propicia grandes riscos de mal entendidos que devem ser esclarecidos.

Em primeiro lugar, a alusão “mais adequada” não pode ser interpretada no sentido da instituição de uma margem de autonomia não sujeita a controle ou fiscalização. A ponderação de interesses retrata a ausência de solução vinculada...

Em segundo lugar, essa ponderação reflete a existência de um Estado Democrático de Direito. Não se admite a reusa da pronúncia do vício fundada na concepção totalitária que “o interesse privado tem de ceder passo ao interesse público. Se o ato administrativo defeituoso lesou o interesse privado, não admite que tal seja ignorado”. (Justen Filho, Marçal. Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 13ª ed. São Paulo: Dialética: 2009, página: 653).

Em linhas gerais, podemos dizer então que o caso concreto deverá analisar qual foi a extensão do dano causado pelo ato ilegal, que não há uma faculdade para que a Administração Pública escolher pela anulação ou não, mas um ato vinculado que buscará o resultado pretendido pela licitação da maneira menos gravosa.

Portanto, caberá analisar em cada caso concreto se o ato ilegal praticado acarretará a nulidade de todo o certame, ou se poderá reestabelecer o “status quo” realizado até o limite da prática do ato ilegal, sem que comprometa o julgamento do certame.

No caso dos autos, **O FATO NÃO COMPORTA REESTABELECE O CERTAME ATÉ O ATO ANTERIOR AO ATO ILEGAL.** Isso porque, a licitação de publicidade tem como diferencial das licitações mais simples e comuns, a inversão de fases, comparando-se de certa forma com o pregão. Contudo, de forma ainda mais peculiar, para esse tipo de serviços a Lei determina o julgamento dos envelopes das vias não identificadas. Veja que a questão neste ponto, é manter o sigilo das propostas apresentadas, inclusive sem identificar de qual empresa é a proposta técnica, para evitar qualquer tipo de favorecimento no certame no ato do julgamento da subcomissão técnica.

E é justamente no momento do julgamento da proposta da via não identificada que se inicia o julgamento da subcomissão, de forma individualizada, com o lançamento das notas devidamente justificadas, para então, na sequência, se passar ao julgamento dos envelopes de Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento, esse sim identificado pelas concorrentes.

Ocorre que, no caso da Concorrência 01/2018 **A ILEGALIDADE OCORREU QUANDO A SUBCOMISSÃO ENVIU AS PLANILHAS DE NOTA SEM JUSTIFICATIVAS PARA A COMISSÃO DE LICITAÇÃO. PORTANTO, NÃO COMPORTA REFAZIMENTO DO ATO, COM A SIMPLES ANULAÇÃO DOS ATOS ILEGAIS, UMA VEZ**

QUE TODAS AS CAMPANHAS JÁ FORAM IDENTIFICADAS, FICANDO PREJUDICADO O REFAZIMENTO DO JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO.

Mais uma vez, evitando qualquer entendimento que destoa da realidade, cumpre destacar que a Ata de Julgamento da Subcomissão não se confunde com as justificativas das planilhas de notas, e que muito menos a substituem. Neste ponto, a lei é bem clara.

Ademais, conforme se verifica da Ata de análise do Envelope A, em seu escopo há menção de forma genérica da atuação da subcomissão, sem tratar caso a caso a análise das propostas técnicas, o que apenas ocorre nas planilhas de notas devidamente justificadas.

Isso significa que o caso dos autos não comporta reestabelecer o procedimento para o caso anterior ao ato de ilegalidade, e muito menos tentar sanar o vício através de inserção de justificativas nas planilhas, uma vez que o sigilo das propostas não tem como ser superado.

Aqui, mais uma vez, cai com uma luva os ensinamentos do Professor Marçal, vejamos:

O descumprimento às regras do edital acarreta a nulidade dos atos infringentes. A extensão do vício, contudo, dependerá da análise do caso concreto. A nulidade de um ato, no curso da licitação, dificilmente reduz seus efeitos ao ato viciado apenas. A natureza procedimental da licitação acarreta um vínculo de sucessividade entre as diversas fases e os diversos atos que se sucedem no tempo. Como regra, os atos anteriores definem e condicionam os atos posteriores. Em um procedimento, cada fase pode, teoricamente, desenvolver-se de diferentes formas e em diversas circunstâncias. A definição concreta de como os fatos se passarão efetiva-se em cada caso concreto, tendo em vista os fatos antecedentes. Caracteriza-se uma espécie de relação de causa e efeito entre os atos posteriores e os anteriores. O vício de um ato contamina os que a eles sucedem, desde que por ele sejam condicionados. Mas a nulidade não produz, como regra, efeitos sobre os atos antecedentes. Isso permite afirmar que, quanto mais antecedente (no curso da licitação) seja o ato viciado, tanto mais extensa será a série de atos contaminados pelo vício. A nulidade do edital acarreta a necessidade de seu refazimento. Logo, todos os atos posteriores perderão seu fundamento de validade. Mas a nulidade da decisão que julga as propostas não acarreta vício do edital nem da decisão que decide a fase de habilitação. Eventualmente, porém, o vício de um ato no curso da licitação poderá prejudicar inexoravelmente a própria licitação. Muito embora os atos anteriores fossem válidos, tornar-se-á necessário renovar sua prática. Esse efeito não deriva propriamente do vício do ato, mas da conjugação dos efeitos do vício aos princípios norteadores da licitação. A declaração da nulidade do julgamento da habilitação pode, por exemplo, acarretar a necessidade de reiniciar a licitação. Isso ocorrerá quando já tinham sido abertos os envelopes dos licitantes habilitados. A renovação do julgamento da habilitação não pode se fazer com o conhecimento público

do conteúdo das propostas. Como sigilo, uma vez rompido, não pode ser refeito, a única solução será reiniciar a licitação.”(Justen Filho, Marçal. Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, São Paulo: Dialética: 2005, página: 401).

Diante deste cenário, **RESTA CONFIGURADA A VIOLAÇÃO DO INTERESSE PÚBLICO ESCULPIDO NA NORMA E PERSEGUIDO PELA LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA 01/2018 DO CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA, UMA VEZ QUE A ILEGALIDADE IMPEDIU A CONSUMAÇÃO DO JULGAMENTO OBJETIVO E A ESCOLHA DA PROPOSTA MAIS VANTAJOSA PARA A INSTITUIÇÃO, E, PORTANTO, EM NENHUMA HIPÓTESE O ATO ILEGAL TEM COMO SER SUPERADO.**

3.2. CASO ANÁLOGO AO DOS AUTOS.

Embora a questão seja simples para quem tem experiência no dia a dia das licitações, principalmente para contratação de serviços de publicidade, não se perca de vista que se trata de matéria específica do direito administrativo/direito público, e que, por vezes, as comissões de licitação, dada a falta de formação acaba por adotar atos incompatíveis com a norma. De igual forma, acontece também quando as impugnações e os recursos são levados as autoridades superiores competentes para julgamento, as quais também carecem do conhecimento da matéria, tendo em vista que isso foge dos seus atos de gestão e, por isso, em sua grande maioria, acabam por propagar atos ilegais por se apegarem em pareceres que, desesperadamente tentando evitar o “fracasso” da licitação, acabam por formular orientações eivadas de qualquer legalidade com o que se impõem de acordo com a lei e a jurisprudência.

A consequência desse tipo de situação, resulta no envio do caso para os órgãos de controle, seja o Tribunal de Contas competente, e/ou o Ministério Público, além é claro, da apreciação do poder judiciário.

Em situações mais extremas, pode até causar a responsabilidade dos responsáveis pelo ato ilegal, tanto na via Cível como também na Criminal.

Portanto, para que não ocorra esse risco, trazemos à baila, trecho do julgado de caso análogo, que ocorreu na Prefeitura de Alvorada, Estado do Rio Grande do Sul, o qual de forma brilhante resultou no julgado irretocável e que está disponível no endereço eletrônico: (<https://www.alvorada.rs.gov.br/transparencia/0132014/>):

IV. A CPL juntou todos os documentos ao Processo licitatório, e submeteu à análise da Assessoria Jurídica da Secretaria Municipal de Administração, expressando seu posicionamento, a seguir relatado: 1) O edital previu que o plano de comunicação deveria ser apresentado “em caderno único”, sendo que as duas empresas participantes do certame

atenderam a essa exigência, então tanto o caderno grampeado quanto o caderno em espiral foram aceitos, visto que o sigilo das propostas foi mantido. 2) Três avaliadores da subcomissão técnica atribuíram notas acima do limite previsto no edital. Esse fato se deu na avaliação das duas empresas. Essa falha ensejou um terceiro ponto. 3) A diferença entre a maior e menor pontuação nestes quesitos superaram os 20% previstos no art. 6º, VII da Lei 12.232/2010, além do que no houve uma reavaliação da subcomissão. 4) A motivação da atribuição das notas está prevista no art. 11, § 4º, IV da Lei 12.232/2010. Portanto, considerando que o ponto nº 1 seja sanável, ainda que se pudesse cogitar o refazimento da fase de avaliação dos quesitos, tal processamento não seria possível tendo em vista que o invólucro com a via do plano de comunicação identificada já foi aberto, o que prejudicaria a lisura do certame. A falha na pontuação atribuída pela subcomissão técnica, ainda que atribuída de forma igual para as duas licitantes, e falta de reavaliação por parte da subcomissão técnica referente a diferença maior que 20% comprometem o resultado final. V. No intuito de realizar um julgamento adequado e mais acertado, o processo foi encaminhado para avaliação e manifestação da Assessoria Jurídica, a qual através do parecer 143/2015, se manifestou da seguinte forma: "Em análise aos procedimentos adotados durante o processo licitatório, bem como as disposições da Lei nº 12.232/2010, verificou itens em desacordo com a legislação pertinente. Neste sentido, cita que o art. 11, §4º, inc. IV, da Lei nº 12.232/2010, que determina que seja elaborada ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e posterior encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso, não foi atendida."

Amparado na análise brilhante acima destacada, outra não foi a decisão do Prefeito Municipal (Autoridade Superior Competente para análise do Recurso), que não fosse o deferimento do recurso apresentado, fazendo-o nos seguintes termos:

Sergio Maciel Bertoldi, Prefeito Municipal de Alvorada, no uso de suas atribuições legais, em observância aos procedimentos estabelecidos pelo Artigo 109, da Lei Federal nº 8.666/93 – delibera o Julgamento do Recurso, referente à "Concorrência Pública nº 013/2014", interposto pela empresa VERAZ COMUNICAÇÃO LTDA., e resolve DEFERIR PARCIALMENTE o recurso, tendo em vista a ata emitida pela Comissão Permanente de Licitações no dia 22/05/2015.

Em ato contínuo, o senhor Prefeito assim prosseguiu:

SERGIO MACIEL BERTOLDI, Prefeito Municipal de Alvorada, no uso das atribuições legais que lhe são conferidas pela Lei 8.666/93, resolve por ANULAR o Processo Licitatório na Modalidade Concorrência Pública nº 013/2014, cujo objeto é a "Contratação de empresa para prestação de

serviços de publicidade e propaganda”, cuja abertura ocorreu em 19/02/2015. Esta anulação foi motivada através do Parecer nº 143/2015 da Assessoria Jurídica da Secretaria Municipal de Administração, bem como Julgamento do Recurso Administrativo nº 11606/2015, tendo em vista que existem vícios no procedimento licitatório, especialmente desatenção à Lei 12.232/2010 que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade. Nada mais havendo dá-se por encerrado o presente processo.(grifo nosso)

Como podemos ver, o caso análogo acima, é justamente a situação do que aconteceu na Concorrência 01/2018 da UNIFACEF, sendo a sua anulação o futuro que lhe aguarda.

4. OUTRAS QUESTÕES QUE NÃO FORAM OBSERVADAS PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

Magnífico Reitor, se não bastasse a ilegalidade que resulta na anulação do certame, fato que não pode passar por despercebido, é a falta de observância da subcomissão sobre as irregularidades cometidas nas propostas técnicas apresentadas.

Como exemplo, temos:

4.1: A CAMPANHA DA EMPRESA MELHOR CLASSIFICADA

VERSÃO BR.

A campanha apresentada pela Versão BR, certamente acabou infringindo a necessidade de sigilo da proposta não identificada. E isso aconteceu porque a campanha explorou além do Vestibular 2019 o processo de Pós Graduação.

Embora o edital em diversos momentos tenha deixado certa confusão ao informar que a campanha seria o Vestibular 2019 e depois em determinados momentos informar que como quesito estava a Pós Graduação, tal questão foi devidamente limitada pela Comissão de Licitação, através dos pedidos de esclarecimentos, que em mais de uma oportunidade respondeu de forma clara que o único objeto da Campanha seria o Vestibular 2019, compreendido o período de Julho à Outubro de 2018. Portanto, todas as campanhas devem apenas tratar do vestibular 2019, não sendo abordada a Pós Graduação. Ademais, verifica-se nas informações contidas no edital e anexos, que o processo seletivo da Pós Graduação, ocorre entre Dezembro à Fevereiro, o que, mais uma vez, demonstra de forma clara que a Pós Graduação não era,

como de fato, não é, objeto da campanha proposta pelo edital, nos termos como respondido nos esclarecimentos.

A segunda resposta de esclarecimentos assim determinou:

Tudo indica que devemos trabalhar com uma campanha institucional. Porém, no item 1.3 do mesmo anexo III, é informado que devemos trabalhar com uma campanha de Vestibular. Dessa forma, solicitamos o esclarecimento: A campanha simulada deve ser do Vestibular 2019? Se sim, esta pretensa licitante entende que seria necessário fornecer datas como a data de vestibular e outras informações importantes do Vestibular? Assim todas as licitantes apresentarão suas propostas com informações iguais o que reforçaria ainda mais a não identificação e a vinculação ao instrumento convocatório. R: Os itens questionados se referem à necessidade de, em uma campanha para Vestibular 2019, essa campanha necessitar ser capaz de: comunicar o posicionamento e os diferenciais da IES; demonstrar a consolidação e os resultados atingidos pelo Uni-FACEF; mostrar-se eficaz e eficiente para gerar um grande número de inscritos para o Vestibular (e que os aprovados se convertam em matrícula); reforçar nossos atributos/valores; que esse público-alvo esteja sensível à qualidade; e que nosso público interno seja embaixador da marca. Tudo isso deve ser considerado para uma campanha simulada de Vestibular. DATAS A SEREM CONSIDERADAS: INSCRIÇÕES: 22/07/2018 A 05/10/2018 PROVAS: 21/10/2018.

Portanto, a campanha com informações de produto não fosse o Vestibular 2019, certamente estaria a infringir o sigilo das propostas não identificadas, porque se identificaria em detrimento das demais campanhas, como no caso de fato aconteceu. Pois a empresa Versão BR trouxe em sua campanha o Produto Pós Graduação, o que por si só, já resulta na sua desclassificação. De igual forma, deve acontecer com as concorrentes que assim fizeram.

4.2: CAMPANHA: A GENTE SE VÊ NA UNIFACEF:

A forma da proposta técnica apresentada na Campanha “A gente se vê na UNIFACEF”, foi entregue de forma irregular com o previsto no item 7.21, inciso I do edital, uma vez que os documentos foram apresentados sem o espiral preto do lado esquerdo. Sobre isso, não houve nenhum comentário da subcomissão técnica e muito menos da Comissão de Licitação. Ademais, tal fato foi constatado em ata da 1ª sessão, e, mesmo assim, não houve qualquer apreciação do constatado.

Isso demonstra que não houve qualquer observância das regras do edital. A Subcomissão Técnica como a Comissão de Licitação, tinham o dever de analisar as propostas em estrita

conformidade com o edital e havendo irregularidades as mesmas deveriam ser apontadas nas planilhas de notas pela subcomissão e se assim não o fizesse, ao menos constatado em ata pela Comissão de Licitação, o que não foi feito em nenhuma hipótese.

4.3: HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA – ME

O edital determina que as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2018 (item 7.31, inciso I e item 7.37, do Capítulo III Repertório.). A empresa House apresentou peças dos anos de 2017 à 2013, descumprindo desta forma, as exigências do edital. Essa irregularidade, enseja a desclassificação da proposta.

Sobre as irregularidades por não se observar as regras do edital, estabelece da seguinte forma o item 7, do anexo VI – Informações Importantes sobre as Propostas Técnicas:

7. Os atestados que não estiverem assinados por seus signatários e/ou não possuírem todos os requisitos e informações exigidas pelos itens respectivos serão desconsiderados e não receberão pontuação. Portanto, sugerimos aos Srs. Licitantes a leitura atenta de cada um dos requisitos.

Como se percebe, Nobre Reitor, não houve qualquer atenção da subcomissão técnica, como também da Comissão de Licitação, quanto as regras e exigências do edital que foram determinadas pelo Centro Universitário de Franca. O que demonstra que os julgamentos foram realizados sem qualquer critério do edital, contrariando desta forma as finalidades da Licitação e culminando na nulidade do certame da Concorrência 001/2018.

IV - CONCLUSÃO

Nobre Reitor, por todo o exposto, **resta CRISTALINO que é caso de ANULAÇÃO DA CONCORRÊNCIA 01/2018 – PROCESSO LICITATÓRIO 21/2018**, uma vez que a falta de justificativa na planilha de notas dos julgadores da subcomissão técnica, assim como a falta de observância da subcomissão técnica e da Comissão de Licitação quanto as regras e exigência do edital, violaram o disposto no edital e na lei 12.232/2010, tornando, desta forma, o certame ilegal e afetando os demais atos praticados na sequência, maculando o fim almejado pela Licitação na busca da proposta mais vantajosa com observância no princípio do Julgamento Objetivo.

Isso significa que não há a mínima possibilidade do certame prosperar. Na hipótese inimaginável de isso acontecer, a RECORRENTE, desde já informa que adotará as medidas cabíveis para levar o caso aos órgãos de controle, seja o Tribunal de Contas competente ou o Ministério Público, se socorrendo, inclusive, do Poder Judiciário, se necessário for.

V – DO PEDIDO

Face a todo o exposto, a RECORRENTE REQUER:

- a) O Recebimento do presente Recurso Administrativo, tendo em vista o preenchimento de todos os requisitos legais, em especial a tempestividade;
- b) A intimação dos demais concorrentes, para que, querendo se manifestem tempestivamente nos termos legais;
- c) Ato contínuo, que os autos sejam encaminhados a autoridade superior competente, neste caso o MAGNIFICENTE REITOR, para que analise de todo o exposto, e no mérito DEFERIR TOTALMENTE o presente recurso para anulação da Concorrência 001/2018;
- d) Ao final Anular a Concorrência 001/2018, com observância aos termos legais, inclusive quanto a intimação dos concorrentes e a publicação na imprensa oficial da Anulação do certame.

Nestes Termos,

Pede e Espera Deferimento,

Jaú/SP, 10 de Julho de 2.018.


ARKUS PROPAGANDA LTDA.
MARIA FERNANDA GREGIO


CAIO HENRIQUE PEDROSO
ADVOGADO OAB/SP 333.344

ANEXO - MEMORIAL TÉCNICO

CONCORRENCIA 01/2018 – CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA.

ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA DA EMPRESA ARKUS COM A MELHOR CLASSIFICADA

1. Metodologia:

Para a comparação que se buscou, as propostas técnicas foram analisadas de acordo com os critérios de avaliação definidos no edital.

Os requisitos analisados foram: Raciocínio básico; Estratégia de Comunicação e Estratégia de Mídia e não Mídia.

2. Raciocínio Básico

De modo geral os textos apresentados são bem similares quanto à estrutura frente aos conceitos avaliados. Abaixo alguns itens que aparecem em ambas agências avaliadas em cada quesito:

Ambas apresentaram ano de fundação, cursos iniciais, ano em que a instituição se tornou um centro universitário, estímulo e programas para qualificação do corpo docente, reconhecimento, prêmios e avaliações conquistados, quantidade de alunos, público a que se destina a comunicação, o trabalho da instituição para levar o acesso ao ensino através do EAD, o posicionamento da Uni-FACEF na sociedade com sua visão e valores para o ensino e formação do ser humano, a necessidade da instituição em comunicar a imagem de uma instituição de qualidade e em constante melhoria.

3. Estratégia de Comunicação

Ambas apresentam conceitos que levam em consideração o perfil do público e seus interesses.

Algo que a agência Versão BR trouxe foi a campanha sobre a Pós Graduação. Apesar de ser coerente, foge da solicitação que a campanha deveria ser para o vestibular e não sobre os programas de Pós graduação, pois o que vemos como resultado final são duas campanhas.

Ambas também apresentam estratégia 360°, algo solicitado no edital.

As duas propostas apresentam a questão solicitada do envolvimento e fomento ao orgulho dos profissionais, docentes e discentes em fazer parte da instituição.



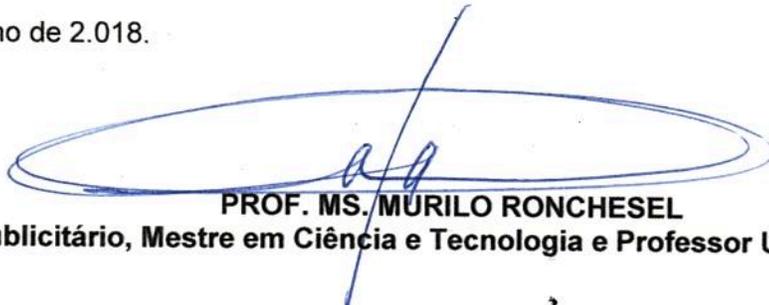
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

A agência Versão BR apresenta um desdobramento básico quanto às peças e estratégias.

Se tiver algo que elas se assemelham, deve ser colocado neste campo.

Algo diferente que me chama a atenção na proposta técnica da Versão BR é que as planilhas de mídia tiveram pequenas inserções nas regiões mais distantes e teve seu foco na cidade de Franca, o que também deveria ser levado em conta no momento da valoração das notas, porque a estratégia de abrangência geográfica solicitada deveria cobrir 200km de raio a partir de Franca.

Jaú/SP, 06 de Julho de 2.018.



PROF. MS. MURILO RONCHESEL
Publicitário, Mestre em Ciência e Tecnologia e Professor Universitário

Uni-FACEF
União das Faculdades do Estado de Pernambuco

Anúncios
Página 1 de 7

NOME DO AVALIADOR: Juliana Bastos de Araújo

ANEXO III - ENVELOPE A
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1- RACIOCÍNIO BÁSICO

AValiação: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS	PONTOS ATRIBUÍDOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos	0
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos	0,5
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos	0,0
Adequidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos	0,0
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos	0,5

Justificativa:

P
B

Uni-FACEF
União das Faculdades do Estado de Pernambuco

Anúncios
Página 1 de 7

NOME DO AVALIADOR: Juliana Bastos de Araújo

ANEXO III - ENVELOPE A
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1- RACIOCÍNIO BÁSICO

AValiação: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS	PONTOS ATRIBUÍDOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos	2,5
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos	2,0
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos	2,5
Adequidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos	2,5
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos	8,5

Justificativa:

P
B

Uni-FACEF
União das Faculdades do Estado de Pernambuco

Anúncios
Página 1 de 7

NOME DO AVALIADOR: Elisângela Saldanha Vilela

ANEXO III - ENVELOPE A
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1- RACIOCÍNIO BÁSICO

AValiação: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS	PONTOS ATRIBUÍDOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos	0,5
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos	0,0
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos	2,5
Adequidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos	0,1
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos	3,1

Justificativa:

P
B

Uni-FACEF
União das Faculdades do Estado de Pernambuco

Anúncios
Página 1 de 7

NOME DO AVALIADOR: Elisângela Saldanha Vilela

ANEXO III - ENVELOPE A
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1- RACIOCÍNIO BÁSICO

AValiação: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS	PONTOS ATRIBUÍDOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos	2,5
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos	1,5
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos	2,0
Adequidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos	3,0
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos	9,00

Justificativa:

P
B

Uni-FACEF
União das Faculdades do Estado de Pernambuco

Anúncios
Página 1 de 7

NOME DO AVALIADOR: André J. P. de Oliveira

ANEXO III - ENVELOPE A
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1- RACIOCÍNIO BÁSICO

AValiação: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS	PONTOS ATRIBUÍDOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos	0,0
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos	0,0
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos	0,0
Adequidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos	0,0
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos	0,0

Justificativa:

P
B

Uni-FACEF
União das Faculdades do Estado de Pernambuco

Anúncios
Página 1 de 7

NOME DO AVALIADOR: André J. P. de Oliveira

ANEXO III - ENVELOPE A
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1- RACIOCÍNIO BÁSICO

AValiação: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS	PONTOS ATRIBUÍDOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos	2,0
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos	1,5
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos	1,0
Adequidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos	2,0
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos	6,5

Justificativa:

P
B



CERTIDÃO SIMPLIFICADA

CERTIFICAMOS QUE AS INFORMAÇÕES ABAIXO CONSTAM DOS DOCUMENTOS ARQUIVADOS NESTA JUNTA COMERCIAL E SÃO VIGENTES NA DATA DE SUA EXPEDIÇÃO.

SE HOUVER ARQUIVAMENTOS POSTERIORES, ESTA CERTIDÃO PERDERÁ SUA VALIDADE.

A AUTENTICIDADE DESTA CERTIDÃO E A EXISTÊNCIA DE ARQUIVAMENTOS POSTERIORES, SE HOUVER, PODERÃO SER CONSULTADAS NO SITE WWW.JUCESPONLINE.SP.GOV.BR, MEDIANTE O CÓDIGO DE AUTENTICIDADE INFORMADO AO FINAL DO DOCUMENTO.

EMPRESA							
NIRE	REGISTRO	DATA DA CONSTITUIÇÃO	INÍCIO DAS ATIVIDADES	PRAZO DE DURAÇÃO			
35229185117		03/08/2015	05/06/2014				
NOME COMERCIAL					TIPO JURÍDICO		
ARKUS PROPAGANDA LTDA					SOCIEDADE LIMITADA (E.P.P.)		
C.N.P.J.		ENDEREÇO		NÚMERO	COMPLEMENTO		
20.491.368/0001-07		RUA ALVARO FLORET		102			
BAIRRO	MUNICÍPIO		UF	CEP	MOEDA	VALOR CAPITAL	
VILA HILST	JAU		SP	17207-020	R\$	600.000,00	

OBJETO SOCIAL
AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

SÓCIO					
NOME					
ANA LUCIA RONCHESEL CIMORELLI					
ENDEREÇO			NÚMERO	COMPLEMENTO	
ALAMEDA DAS CEREJAS			122		
BAIRRO	MUNICÍPIO		UF	CEP	
LOTEAMENTO CHACARA	CAMPINAS		SP	13042-082	
CPF	CARGO			QUANTIDADE COTAS	
061.821.498-41	SÓCIO			30.000,00	

SÓCIO E ADMINISTRADOR					
NOME					
MARIA FERNANDA GREGIO					
ENDEREÇO			NÚMERO	COMPLEMENTO	
RUA WILMA APARECIDA FRASCHETTI			60		
BAIRRO	MUNICÍPIO		UF	CEP	
JARDIM JULIANA	JAU		SP	17214-102	
CPF	CARGO			QUANTIDADE COTAS	
277.008.358-96	SÓCIO E ADMINISTRADOR			570.000,00	

ÚLTIMO DOCUMENTO ARQUIVADO		
DATA	NÚMERO	
12/06/2018	261.950/18-6	
CAPITAL DA SEDE ALTERADO PARA \$ 600.000,00 (SEISCENTOS MIL REAIS).		

ALTERAÇÃO DO NOME EMPRESARIAL PARA ARKUS PROPAGANDA LTDA., DATADA DE: 04/06/2018.

REDISTRIBUICAO DO CAPITAL DE MARIA FERNANDA GREGIO, NACIONALIDADE BRASILEIRA, CPF: 277.008.358-96, RESIDENTE À RUA WILMA APARECIDA FRASCHETTI, 60, JARDIM JULIANA, JAU - SP, CEP 17214-102, NA SITUAÇÃO DE ADMINISTRADOR E SÓCIO, ASSINANDO PELA EMPRESA, COM VALOR DE PARTICIPAÇÃO NA SOCIEDADE DE \$ 570.000,00.

REDISTRIBUICAO DO CAPITAL DE ANA LUCIA RONCHESEL CIMORELLI, NACIONALIDADE BRASILEIRA, CPF: 061.821.498-41, RESIDENTE À ALAMEDA DAS CEREJAS, 122, LOTEAMENTO CHACARA, CAMPINAS - SP, CEP 13042-082, NA SITUAÇÃO DE SÓCIO, COM VALOR DE PARTICIPAÇÃO NA SOCIEDADE DE \$ 30.000,00.

FIM DAS INFORMAÇÕES PARA NIRE: 35229185117
DATA DA ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO DA BASE DE DADOS: 06/07/2018



Certidão Simplificada emitida para CAIO HENRIQUE PEDROSO : 32113615886. Documento certificado por FLÁVIA REGINA-BRITTO GONÇALVES, Secretária Geral da Jucesp. A Junta Comercial do Estado de São Paulo, garante a autenticidade deste documento quando visualizado diretamente no portal www.jucesponline.sp.gov.br sob o número de autenticidade 103278272, segunda-feira, 9 de julho de 2018 às 11:39:02.

INSTRUMENTO PARTICULAR DE PROCURAÇÃO

A empresa **ARKUS PROPAGANDA LTDA**, pessoa jurídica de direito privada, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica sob nº 20.491.368/0001-07, isenta de Inscrição Estadual e com Inscrição Municipal nº 49.895, com sede à Rua Alvaro Floret, 102, Vila Hilst, CEP 17207-020, em Jaú/SP, neste ato representada por sua SÓCIA ADMINISTRADORA **MARIA FERNANDA GREGIO**, brasileira, divorciada, empresária, portadora da carteira de identidade nº 27.997.834-0 SSP/SP e CPF/MF nº 277.008.358-96, residente e domiciliada à Rua Wilma Aparecida Frascchetti, 60, Jardim Juliana, CEP 17.214-02, em Jaú/SP, por meio da presente, **OUTORGA** ao senhor **CAIO HENRIQUE PEDROSO**, brasileiro, casado, advogado, portadora da Carteira de Identidade nº 34.856.790-X SSP/SP e CPF/MF nº 321.136.158-86, com endereço comercial à Rua Sete de Setembro, 1216, Vila Nova, CEP 17.205-020, em Jaú/SP, e-mail caio@caiopedroso.com.br, **amplos poderes para representar a empresa OUTORGANTE nos autos da Concorrência 001/2018 - Processo Licitatório 21/2018 do Centro Universitário Municipal de Franca - Uni-FACEF, podendo para isso retirar o edital, ofertar impugnação, apresentar recurso, contrarrazões recursais, solicitar/prestar esclarecimentos, fazer vista dos autos, vistar documentos, requerer cópia dos autos, enfim, tudo o que for necessário para participação da empresa nos autos licitatórios.**

Jaú/SP, 04 de Julho de 2.018.



**ARKUS PROPAGANDA LTDA
MARIA FERNANDA GREGIO
REPRESENTANTE LEGAL**