



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

## RESPOSTA AO RECURSO CONCORRÊNCIA Nº 002/2023-PMLS

Laranjeiras do Sul-PR, 22 de agosto de 2023.

Objeto: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS JUNTO A VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO, VISANDO ATINGIR PÚBLICOS DE INTERESSE.

RECORRENTE: **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**

### I. DA ADMISSIBILIDADE DO RECURSO APRESENTADO

Com relação à admissibilidade, o Art. 109 da Lei Federal 8.666/1993 aduz que:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante.

Assim, o Recurso Administrativo da empresa BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, merece ser conhecido, porquanto, protocolizado dentro do prazo legal (tempestivo), a parte legítima e o instrumento manejado é adequado ao fim que se propõe.

Decorrido o prazo para apresentação de recursos foi aberto prazo para apresentação de contrarrazões, conforme Art. 109, § 3º da Lei Federal 8.666/1993. Apresentaram contrarrazões ao recurso da empresa BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA as seguintes proponentes:

- CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA;
- LUCAS SERAPIO FERREIRA ME.

32.   




# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

## II. DAS RAZÕES DO RECURSO DA EMPRESA BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

Em apertada síntese a recorrente aduz em relação a empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA:

- 1) Feriu o item 7.2. "f" do edital ao lançar um espaçamento indevido na página 7;
- 2) Campanha sem mês de vinculação;
- 3) Uso de negrito e palavras em caixa alta em suas tabelas;
- 4) Cobrança superior em alguns veículos de mídia;
- 5) Deixou de respeitar o calendário de exibição da Central de Outdoor;
- 6) Discrepância nos valores da Rádio Educadora;
- 7) Discrepância nos valores da Revista I9;
- 8) Ultrapasse do valor máximo da campanha simulada.

Em relação à empresa SAMUEL KRUK COMUNICACAO LTDA:

- 1) Soma incorreta do valor do flyer;
- 2) Precificação incorreta do jornal;
- 3) Ultrapasse da verba de campanha;
- 4) Uso de negrito e caixa alta em sua proposta, contrariando expressamente o que determinam os itens 7.2. "k" e 7.2. "l".

Em relação à empresa LUCAS SERAPIO FERREIRA ME:

- 1) Falha no calendário de exibição do outdoor;
- 2) Errou na soma do seu resumo geral.

PD





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

## III – DAS CONTRARRAZÕES

A empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA apresentou contrarrazões alegando em relação a cada item:

- 1) Que há distinção entre os conceitos atribuídos pelo edital as categorias Item, Subitem, Quesito e Subquesito;
- 2) Que não cabe às licitantes exigir ou escolher aleatoriamente as datas de veiculação para as campanhas simuladas apresentadas no certame;
- 3) O item 7.2.3. autoriza o uso de negrito, palavras em caixa alta nas tabelas;
- 4) Não há previsão de enquadramentos de preço, para trabalhos de Produção, uma vez que estes dependem de diversos fatores técnicos e criativos;
- 5) Respeita o período máximo de veiculação estipulado pelo Edital (30 dias), como adota rigorosamente o sistema de exposição bi-semanal obedecido pelas empresas expositoras em todo o País;
- 6) Que o preço da Rádio Educadora está correto conforme valores enviados pelo veículo de comunicação;
- 7) Que o preço da Revista I9 está correto conforme valores enviados pelo veículo de comunicação;
- 8) Que a verba da campanha não é extrapolada.

Já a empresa LUCAS SERAPIO FERREIRA ME alega como contrarrazões que:

- 1) Que a proposta foi desenvolvida em cima do orçamento enviado pela empresa PR OUTDOOR;
- 2) Que houve apenas uma imprecisão no cálculo, no qual dever-se-ia somar R\$ 1.000,00 ao valor total.

## IV – DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Antes de passar à análise do recurso, cabe ressaltar que o julgamento da Subcomissão Técnica seguiu todos os trâmites da Lei 12.232/2010 e do instrumento convocatório, atendo-se à experiência dos membros da subcomissão.



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Destaca-se que a Subcomissão Técnica na análise das propostas técnicas, cuidou para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

A Subcomissão Técnica relevou aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometessem a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

Em relação à CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA;

**1) Feriu o item 7.2. “f” do edital ao lançar um espaçamento indevido na página 7**

Com relação ao espaçamento em comento, a Subcomissão Técnica entende que não trouxe qualquer prejuízo ao certame, ao passo que não houve a identificação da proponente e não extrapola as regras do edital.

Com efeito, não consta na via não identificada da empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA qualquer item que possibilite sua identificação. O simples lançamento de espaçamento não possibilita a identificação da proponente.

O edital é claro na tabela 7.1 onde apresenta os campos QUESITOS e SUBQUESITOS, dentre os quais são subdivididos em itens e subitens.

Dentro do quesito 01 – a tabela 7.2. **Quesito 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, existe a divisão de 04 subquesitos sendo eles:

- I. Raciocínio Básico
- II. Estratégia de Comunicação Publicitária
- III. Ideia Criativa
- IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia

O quesito 01 contém como regra para sua apresentação que a licitante deverá levar em consideração os itens de “a” a “j”.

Com isso, verificando o envelope apresentado pela empresa, não demonstra nenhum descumprimento do item f – pois, a exigência em relação ao espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, sem espaçamento se refere aos **títulos, subtítulos e/ou subitens**.





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

A empresa recorrida CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, em seu envelope apresentou o quesito 01, e conseqüentemente os quesitos I, II, III e IV dentro do que previu o edital.

Neste sentido os quesitos de **Raciocínio Básico**, **Estratégia de Comunicação Publicitária**, **Ideia Criativa** e **Estratégia de Mídia e Não Mídia** estão todos com os seus títulos, itens e subitens e espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, sem espaçamento.

O próprio item 7.2.7. que é correspondente ao quesito 01, prevê que “Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação de número de páginas”.

O parágrafo que é alegado pela recorrente dando uma suposta indicação de “identificação” da recorrida foge a razoabilidade, pois trata-se de um ponto final ao quesito apresentado, tanto é que os demais quesitos detêm regras específicas para cada caso, como determinam os itens 7.3.1, 7.3.2 e 7.3.3.

Por fim, verificando o envelope 01 apresentado pela empresa, nota-se que o suposto erro teria ocorrido no subquesito IV - **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, sendo que suas regras de apresentação são regidas pelo item 7.3.4;

#### **7.3.4. Subquesito 04 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**

– Constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- c) plano de mídia: composto por planilha de programação das inserções, contendo os valores por veículos de divulgação, formatação das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos, e demais informações que a agência julgar relevantes;
- d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência

 5



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

previstos no plano de mídia (quando possível) sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

7.3.4.1. Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o edital seja republicado, com reabertura do prazo legal, os preços a ser considerados deverão ser os vigentes na data do último aviso de licitação.
- b) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, exceto redes sociais;
- c) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.

Com isso, desnecessário maior esforço argumentativo, sendo que não há como proceder a desclassificação da recorrida no que tange a alegação de descumprimento do item 7.2 item 'f' do edital.

Com relação a proposta da empresa LUCAS SERAPIO, a mesma cometeu um erro de espaçamento, o qual foi notado e consignado em ata pela subcomissão técnica, entretanto não sendo a empresa inabilitada, conforme se vê na Ata 001 de Análise dos Invólucros nº 01 – Via Não Identificada:

Na sequência, a Subcomissão Técnica passou a análise quanto ao atendimento do item 7.2. do edital, verificando a formatação das propostas e discutindo pontos sobre o tema. Na Proposta 3 foi verificado que a licitante equivocou-se nos títulos, deixando de lançar o texto na linha imediatamente posterior conforme item 7.2. "g". Deste modo, a Subcomissão Técnica com base no item 16.4. do edital de concorrência e com fulcro no princípio do formalismo moderado, decide que o equívoco enquadra-se em erro formal, incapaz de macular a lisura do certame. Na sequência, a Subcomissão Técnica encerrou a análise quanto ao atendimento do item 7.2. do edital e decide por encerrar a reunião às 11h15min, devendo ser retomada às 13h30min do dia 30/05/2023.

A recorrente alega que o erro da empresa LUCAS SERAPIO seria mais brando que o alegado descumprimento da CASA DA COMUNICAÇÃO. Entretanto, na visão





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

da Subcomissão Técnica, caso realmente a recorrida tivesse incorrido em erro, ambos consistiriam em mero erro formal.

É importante notar que a recorrente faz parecer que a empresa LUCAS SERAPIO teve sua pontuação prejudicada em razão do equívoco, o que nem de longe é verdade. Basta olhar as justificativas da Subcomissão para verificar que em nem uma delas consta a redução de nota pelo erro de espaçamento. Conclui-se que o lapso da empresa foi desde logo tratado como mero erro formal, conforme registrado em ata. Não se pode alegar, como quer a recorrente, que as duas empresas tiveram tratamento diferenciado.

A recorrente alega ser estranho a recorrida ter obtido nossa máxima no quesito "Estratégia de Comunicação", mesmo diante da irregularidade. Seria importante a recorrente apontar nos critérios de pontuação desse quesito onde fica o critério de formatação:

8.2.1.2. Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária: serão julgados os seguintes itens:

CRITÉRIOS	PONTOS
1. Assertividade das estratégias de comunicação apresentadas	03
2. Diversidade das estratégias de comunicação apresentadas contemplando diferentes plataformas, veículos e peças	03
3. Consistência lógica e clareza na argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação apresentada	03
4. Capacidade de unir as características da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, características do público alvo em defesa das estratégias de comunicação apresentadas	03
5. Caráter inovador das estratégias de comunicação apresentadas	03
<b>Total</b>	<b>15</b>

Como se vê, não há previsão de aumento ou desconto de nota por formatação da proposta, nem neste quesito nem nos outros. Razão pela qual nem a LUCAS SERAPIO nem outra agência teve nota suprimida em razão da formatação da proposta técnica.

A presente subcomissão não tem por objetivo descumprir normas, mas pautar suas decisões considerando o princípio da competitividade, evitando assim que o formalismo excessivo sobreponha à finalidade do certame, sempre observados os princípios da legalidade e impessoalidade dos atos praticados.

O princípio do formalismo moderado é tão importante que a própria Nova Lei de Licitações o trouxe expressamente. Ainda, o edital de licitação em seu item 16.4. trouxe a previsão de que a CPL ou a Subcomissão Técnica poderá relevar pequenos erros formais:

16.4. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o

R.D. 7





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, caput, da Lei n.º 8.666, de 1993.

Assim, entendemos que a presente manifestação não pode ser interpretada como inobservância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, mas o entendimento de que o edital objetiva assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados.

Antes de passar aos demais pontos atacados pela recorrente, cabe fazer algumas observações acerca das alegações da recorrente acerca da lisura das avaliações das propostas bem como a falta de isonomia da Subcomissão.

A Subcomissão Técnica assegura que foram observadas e cumpridas todas as exigências contidas no edital e na lei, sendo que cada ato proferido pela subcomissão foi fundamentado e referenciado com total isonomia e em primazia aos preceitos da legalidade.

As suposições da recorrente atacam o profissionalismo dos julgadores, aludindo suposto benefício a determinada empresa, o que não é verdade. Durante todo o julgamento das propostas técnicas, a Subcomissão Técnica buscou analisar os conteúdos com imparcialidade, julgando conforme o conhecimento e experiência de cada membro. As justificativas foram dadas conforme prevê a lei e o edital, sempre buscando ser a mais objetiva possível. Deste modo, a Subcomissão refuta os argumentos da recorrente.

## 2) Campanha sem mês de vinculação;

A recorrente sustenta que a campanha simulada da recorrida deveria ter indicado o mês em que seria aplicada.

O *Briefing* da licitação quando trata do período da campanha menciona:

## 7. PERÍODO

A simulação da campanha deverá considerar um período de 30 (trinta) dias corridos para sua execução.

Ou seja, não há a exigência de que a agência escolha uma data, um mês para divulgar a campanha. Até porque isto é de competência da administração. Verifique-se ainda que o *Briefing* exige a elaboração de uma campanha simulada que pode ser

20- 8





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

aplicada em qualquer período, diferentemente de no caso de o *Briefing* tratar de uma campanha sobre o Natal Iluminado ou Laranja da Canção, por exemplo, que são eventos que possuem datas definidas.

Portanto, não merece prosperar o argumento da recorrente.

### 3) Uso de negrito, palavras em caixa alta em suas tabelas

A recorrente alega que a recorrida utilizou negrito e palavras em caixa alta em suas tabelas, contrariando o item 7.2. “k” do edital.

Sem necessidade maiores explanações, basta ler o item 7.2.3 do edital:

7.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos habitualmente usados nesses documentos;**
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado. Grifo

Ou seja, não há o que se falar em proibição de utilização de negrito ou caixa alta nos gráficos ou tabelas conforme previsão acima.

Portanto, não assiste razão à recorrente.

### 4) Cobrança superior em alguns veículos de mídia

A recorrente alega que os valores do spot para rádio apresentados pela recorrida estão muito acima do valor de mercado.

A Subcomissão Técnica esclarece que não há previsão padrão de preços pré-estipulados para trabalhos de produção, o que deve ser feito com base nas estimativas do mercado. Tais valores podem variar de acordo com vários fatores como região e a qualidade do produto.

Não há como a Subcomissão questionar o valor apresentado, tendo em vista as diferentes faixas de valores constantes do mercado. Ainda, supondo que a recorrida tenha utilizado valor acima do valor de mercado, ela prejudicou só a ela mesmo que teve menos valor para dispendar na campanha simulada.

Portanto, não assiste razão à recorrente.

RD



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

## 5) Deixou de respeitar o calendário de exibição da Central de Outdoor

A recorrente alega que a recorrida não observou o calendário padronizado da Central Outdoor.

Cabe observar que a recorrida atendeu ao período máximo de campanha de 30 (trinta) dias do edital, obedecendo ao sistema bi-semanal:

Anexo 05 - Mapa de Programação de OOH

TIPO DE MÍDIA	VEÍCULO	FORMATO	PROGRAMAÇÃO	FF INVS	VALOR UNITÁRIO	VALOR 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
OOH	Outdoor	9x3m	Rod. Br 158 X Rua Santana - Bairro Eletrosul (Trevo Rio Surtos) - Laranjeiras do Sul	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00	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
	Outdoor	9x3m	Av. Santos Dumont esq. Av. José Celso (Café)	2	R\$937,50	R\$1.875,00	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
	Outdoor	9x3m	Rua São Sebastião esq. José Roqueira do Anjaral	2	R\$937,50	R\$1.875,00	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
	Outdoor	9x3m	Av. Santos Dumont esq. Souza Naves	2	R\$937,50	R\$1.875,00	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
TOTAL						R\$ 7.625,00																														

Outrossim, cabe ressaltar que se trata de uma campanha SIMULADA. Querer que fatores práticos, atinentes apenas a execução da campanha, levem a Subcomissão a repensar as notas das Propostas Técnicas foge completamente das regras do edital.

Portanto, não assiste razão à recorrente.

## 6) Discrepância nos valores da Rádio Educadora

A recorrida apresentou valor de R\$ 30,60 por inserção no veículo Rádio Educadora, comprovando esse valor conforme orçamento anexado a sua contrarrazão, bem como email de 25 de abril de 2023 pedindo confirmação de que os valores são válidos para todo período de 2023, sendo confirmado pelo veículo de comunicação.

Desta forma, ainda que os valores apresentados sejam diferentes dos apresentados pela recorrente, a culpa não é da recorrida, pois a mesma buscou os valores junto ao veículo de comunicação, lhe sendo fornecido o valor de R\$ 30,60.

Ainda, a própria recorrente passou pela mesma situação com o veículo Rádio Líder Sul, sendo que em sua contrarrazão argumentou:

O fato do veículo apresentar uma tabela diferente para nossa empresa das demais, não é um problema nosso, mas sim de quem forneceu a informação.

Portanto, não assiste razão à recorrente.

## 7) Discrepância nos valores da Revista I9

RJ





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Do mesmo modo que no item supra, a recorrida apresentou valor de R\$ 2.200,00 por uma página única de 100mm/L x 300mm/A no veículo Revista I9, comprovando esse valor conforme orçamento anexado a sua contrarrazão, bem como e-mail de 25 de abril de 2023 pedindo confirmação de que os valores são válidos para todo período de 2023, sendo confirmado pelo veículo de comunicação.

Desta forma, ainda que os valores apresentados sejam diferentes dos apresentados pela recorrente, a culpa não é da recorrida, pois a mesma buscou os valores junto ao veículo de comunicação, lhe sendo fornecido o valor de R\$ 2.200,00

Portanto, não assiste razão a recorrente.

## 8) Ultrapasse do valor máximo da campanha simulada

Com relação aos valores totais da campanha simulada da recorrida, a recorrente alega que pelos erros nos valores dos veículos Revista I9 e da Rádio Educadora, teria ocorrido um excesso no valor máximo da campanha.

Conforme justificativas dos itens 6 e 7 não houve equívoco por parte da recorrida, portanto não há o que se falar em excesso no valor máximo da campanha.

Entretanto, ainda que a verba da campanha tivesse sido extrapolada por eventual falha no somatório, haveria de se verificar eventual benefício para a recorrida. O TCE/PR através do Acórdão 344/22 – Pleno já entendeu ser insignificante uma diferença de cerca de 3% sobre o valor máximo da campanha:

Tomando por base o valor máximo fixado no Edital[10] (R\$ 25.000,00), a diferença em questão representaria apenas 3,2% dele, **o que não traduz uma variação significativa a ponto de colocar em xeque a exequibilidade da proposta**. Ademais, a Representação não trouxe elementos que pudessem ratificar a inexecutabilidade suscitada, de modo que, isoladamente, a diferença apontada não atesta a procedência da insurgência. Grifo

Corroborando o entendimento acima, o próprio edital em seu item 7.3.4.1. “e” nos traz que:

e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

Em relação à SAMUEL KRUK COMUNICACAO LTDA;

## 1) Soma incorreta do valor do flyer

A recorrente se insurge pela recorrida ter cometido um erro na soma do valor do flyer, apresentando o valor de R\$ 3.402,00 quando pelo cálculo: 30.000 un X R\$ 0,11 = R\$ 3.300,00. Ou seja, uma diferença de R\$ 102,00.

A recorrente por certo não se atentou ao orçamento apresentado pela recorrida à página 458 do processo licitatório no qual consta o valor de R\$ 0,1134 por unidade de flyer. Assim, 30.000 un X R\$ 0,1134 = R\$ 3.402,00. Assim, não há erro nos valores.

Deste modo, ao invés do que sugere a recorrente de que a Subcomissão não teve cuidado nas análises, quem faltou com maior cuidado nas análises das propostas na hora de fazer o recurso foi a própria recorrente.

Ainda que houvesse o equívoco, a diferença seria insignificante, perfazendo cerca de 0,1% do valor máximo da campanha simulada. Outrossim, caso fosse em valores mais vultuosos, prejudicaria tão somente a recorrida, que teria menos verba para utilizar em outros meios de comunicação.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

## 2) Precificação incorreta do jornal

Alega a recorrente que a precificação correta do jornal seria de R\$ 49.731,48 e não de R\$ 24.479,00 conforme demonstrado pela recorrida.

Ao observarmos a tabela de Preços do Jornal Correio do Povo percebemos que empresa adotou valor do cm/coluna no enquadramento “Classificados”, e não “Noticiário”, conforme fizeram as outras licitantes. Contudo, a Subcomissão entende que a diferenciação não é vedada, cabendo a cada licitante a elaboração técnica de sua Estratégia de Mídia e Não Mídia. Abaixo os cálculos descritivos.

Valor de tabela para 1 página - Terça a sexta

1 página (175 cm/col) X R\$ 34,97 (R\$ 26,90 + 30% / cor) = R\$ 6.119,75

Valor multiplicado por 3 inserções indicadas no plano de mídia - R\$ 18.359,25.

Valor de tabela para 1 página - Sábado e domingo

1 página (175 cm/col) X R\$ 47,97 (R\$ 36,90 + 30% / cor) = R\$ 8.394,75

Valor de 1 inserção indicada no plano de mídia - R\$ 8.394,75.

Valor Total: R\$ 18.359,25 + R\$ 8.394,75 = R\$ 26.754,00





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

Desta forma, identifica-se que a empresa desconsiderou a diferença do preço de tabela para a inserção de 1 página nas edições de sábado e domingo. Nesse sentido, realmente houve distorção no montante de investimento para o meio jornal, na importância de R\$ 2.275,00.

Entretanto, ao considerar o adicional ao valor global da campanha (R\$ 81.921,00), o montante salta para R\$ 84.196,00. Assim, não extrapola o limite previsto no edital. Além disso, a Subcomissão se fundamentou no item 7.3.4.1 "e":

e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

### 3) Ultrapasse da verba de campanha

Como se verifica na fundamentação cima, não se verifica extrapolação do valor da campanha, não cabendo maiores considerações.

### 5) Uso de negrito e caixa alta em sua proposta, contrariando expressamente o que determinam os itens 7.2. "k" e 7.2. "l"

A recorrente alega que a recorrida utilizou negrito e palavras em caixa alta em suas tabelas, contrariando o item 7.2. "k" e 7.2. "l" do edital.

Sem necessidade maiores explanações, basta ler o item 7.2.3 do edital:

7.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos habitualmente usados nesses documentos;**
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado. Grifo

Ou seja, não há o que se falar em proibição de utilização de negrito ou caixa alta nos gráficos, tabelas ou planilhas conforme previsão acima. Deste modo, a recorrida não utilizou negrito ou caixa alta no texto, e sim nos gráficos constantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Portanto, não assiste razão à recorrente.



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136

Em relação à LUCAS SERAPIO FERREIRA ME;

## 1) Falha no calendário de exibição do outdoor;

A recorrente alega que a recorrida não observou o calendário padronizado da Central Outdoor.

Cabe observar que a recorrida atendeu ao período máximo de campanha de 30 (trinta) dias do edital, obedecendo ao sistema bi-semanal. Ainda, em contrarrazão afirmou que realizou sua proposta em cima do orçamento da PR OUTDOOR.

Outrossim, cabe ressaltar que se trata de uma campanha SIMULADA. Querer que fatores práticos, atinentes apenas a execução da campanha, levem a Subcomissão a repensar as notas das Propostas Técnicas foge completamente das regras do edital.

Portanto, não assiste razão à recorrente.

## 2) Erro na soma do seu resumo geral

A recorrida errou no somatório do seu resumo geral, apresentando o valor de R\$ 69.028,24, sendo que o correto é R\$ 70.028,24.

Entretanto, ao considerar o adicional ao valor global da campanha verifica-se que o mesmo não extrapola o valor máximo da campanha. Deste modo, não há o que se falar em desclassificação ou revisão de notas, considerando que não há qualquer prejuízo ou benefício a recorrida. Além disso, a Subcomissão se fundamentou no item 7.3.4.1 “e”:

e) A subcomissão técnica relevará erros formais nos custos da campanha simulada, desde que não afetem sobremaneira o resultado final da campanha, considerando a complexidade e diversidade de parâmetros relativos a esse quesito.

Portanto, não assiste razão a recorrente.

## V – CONCLUSÃO

De todo o exposto, conclui-se que o recurso apresentado pela empresa **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** não merece ser provido em nenhum de seus termos.





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

*Plácido Damiani Jr.*

**PLACIDO DAMIANI NETO**

Membro Subcomissão Técnica

*Diana Pretto*

**DIANA PRETTO**

Membro Subcomissão Técnica

*Dener B. Nogueira*

**DENER BORBA NOGUEIRA**

Membro Subcomissão Técnica