

À

**PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGOA SANTA**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

Rua Acadêmico Nilo Figueiredo, nº 2.500, Santos Dumont, Lagoa  
Santa/MG.

Concorrência Pública nº 018/2023

**CASABLANCA COMUNICAÇÃO E MARKETING S.A.**, agência de propaganda, com sede nesta capital, na Avenida Brasil nº 1666, 10º andar, Bairro Funcionários, Belo Horizonte, Minas Gerais, CEP: 30140-004, por seu representante legal, vem respeitosamente, perante Vossas Senhorias, apresentar suas

## **CONTRARRAZÕES,**

ao Recurso Administrativo interposto pela licitante BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., contra decisão administrativa que tornou pública o resultado dos julgamentos elaboradas pela Subcomissão Técnica na Licitação Concorrência Pública nº 018/2023, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade e propaganda, e o faz pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

## **I – DOS FATOS**

Em conformidade com o contido no edital, após as devidas sessões foi divulgado o resultado da licitação, tendo como agências desclassificadas:

- 1- Lebbe Comunicação e Marketing;
- 2- P&L Publicidade e Propaganda;

3 – Lume Comunicação Eireli.

De outro lado, restaram classificadas as licitantes Casablanca Comunicação e Marketing e Brasil 84 Publicidade.

Se mostra necessário, que tanto a Comissão Especial de Licitação, quanto a Subcomissão Técnica tenham em mente que o presente processo licitatório busca em sua essência encontrar a Proposta mais vantajosa, porém, não se resume apenas nisso, a busca é pelo pleno atendimento às necessidades de comunicação da Prefeitura para com seus públicos alvos, os quais necessitam desta importante ferramenta para terem pleno acesso à educação, saúde, segurança, trabalho e bem estar social.

Este pleno acesso vem sendo prejudicado por incidentes em processos anteriores e que de modo algum este processo licitatório pode ser malogrado, por resultados de ações que não buscam o interesse público, mas tão somente os de particulares.

## **II – DA IRRESIGNAÇÃO DA RECORRENTE**

A Recorrente Brasil 84 Publicidade e Propaganda Ltda insurge-se contra o resultado das Propostas Técnicas, buscando via de suas alegações reduzir as notas obtidas pela Casablanca e até mesmo desclassificá-la.

### **Da alegação de violação ao número máximo de peças permitido – Ideia Criativa**

A Recorrente pretende a desclassificação da Casablanca sob ao argumento de que essa teria apresentado 11(onze) peças, tendo como base para tanto a errônea interpretação de que a distribuição de doces e do flyer se constituiria como duas peças.

Tal interpretação não faz sentido, uma vez que a distribuição é uma ação como a própria Recorrente cita em seu texto. O edital limita o número de

# **casablanca**comunicação

peças corporificadas na Ideia Criativa, exigência que a Casablanca cumpriu de forma exata ao apresentar as 10 (dez) peças a seguir:

1 - Painel Aeroporto; 2 - Ação Rede social; 3 – Placa de estrada; 4 – Post Carrossel; 5 - Spot; 6 – Outdoor; 7 - VT 30”; 8 – Anúncio; 9 - Ação em Museu Flyer e 10 - Banner internet.

Recorrendo-se à técnica publicitária, verifica-se que nesse caso a distribuição de doces não pode ser considerada como sendo uma peça a mais e sim parte essencial da peça conceito flyer, que complementa a defesa e aplicação desta peça.

O raciocínio posto pela Recorrente às fls. 4 de seu Recurso, é de seu exclusivo entendimento, não sendo aquele que a Casablanca inseriu em seu Plano de Comunicação quando optou por sua estratégia de comunicação via de uma distribuição conjunta do flyer e dos doces em uma única ação.

São ideias e planejamentos distintos de cada Agência, não podendo prevalecer o lançado pela Recorrente, o qual a esta altura não cabe discussão, pois que visto de ângulo diferente daquele interpretado pelos membros da Subcomissão Técnica quando do julgamento favorável à Casablanca.

Portanto, afirmamos, trata-se de uma única ação. Não é possível distribuir somente os doces, sem que haja um material publicitário comunicando do que se trata. É óbvio.

Além do mais, trata-se de distribuição de material publicitário que é parte integrante da campanha, não existindo isoladamente para fins de publicidade.

Exemplificando, atualmente a Prefeitura produz um jornal que é distribuído por fornecedor especializado, através da agência contratada. Se fosse como alegam, nenhum órgão público poderia mais distribuir flyers, folders ou outra peça?

Assim, não há que se falar que a distribuição dos flyers se configura como uma nova peça, tal arguição não encontra respaldo técnico dentro do conceito publicitário contido no Plano de Comunicação proposto pela Casablanca.

Isto posto, verifica-se que não houve descumprimento à limitação de peças prevista no Edital, pelo que deve ser totalmente desprovido o pedido de desclassificação.

## **Da tentativa de configurar uma parte integrante de uma Ação Publicitária (distribuição de flyer / doces) como sendo um evento**

Em uma vã tentativa de desclassificar a proposta mais vantajosa para alcançar o primeiro lugar, a Recorrente alega que a distribuição de doces, parte conjunta à distribuição de flyers, seria um evento.

Nenhuma razão lhe assiste, tanto que ela própria em seu texto afirma que: “*uma peça que pode ser considerada como um evento* “. Ora, perguntamos, como uma peça pode ser considerada um evento? Certamente, pelo menos no mundo real, não teremos resposta.

A ilação de que a distribuição de doces em locais públicos é considerada como um evento, não encontra respaldo na legislação nem na técnica publicitária.

O que a legislação proíbe é a realização de eventos festivos dentro do contrato de publicidade, o que não é caso, como se vê do disposto no § 2º do artigo 2º da Lei 12.232/2010 (destacamos):

*“ § 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1o deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.”*

# casablanca comunicação

No caso ora em análise, transparente se mostra que a “Ação em Museus” retratada na proposta da Casablanca não é um evento, muito menos se reveste do caráter festivo proibido pela Lei.

Assim, não cabe à Recorrente alterar nem mesmo ampliar o alcance daquilo contido expressamente na letra da Lei, pois que o âmbito de aplicação do dispositivo normativo é por demais limitador.

Quanto ao fato de que o Plano e Mídia não fazer menção aos custos da Ação, engana-se novamente a Recorrente, pois que este custo está inserido no Quadro Resumo, às fls. 21 da nossa Estratégia de Mídia:

#### QUADRO RESUMO

MEIO	FORMATO	LANÇAMENTO					MANUTENÇÃO					INSERÇÕES	TOTAL	SHARE
		68%					32%							
		NOVEMBRO					DEZEMBRO				JAN			
1ºs	2ºs	3ºs	4ºs	5ºs	1ºs	2ºs	3ºs	4ºs	5ºs	1ºs				
RÁDIO	30"	9	15	9	8	7						48	R\$ 78.004,00	41%
INTERNET - REDES SOCIAIS	banner e vídeo	10.501.672					6.121.516					16.623.188	R\$ 70.500,00	37%
AEROPORTO	10"	50.400										50.400	R\$ 28.000,00	15%
PAINEL	30 x 10						1					1	R\$ 14.500,00	8%
<b>TOTAL MÍDIA</b>		<b>R\$ 129.909,00</b>					<b>R\$ 61.095,00</b>						<b>R\$ 191.004,00</b>	

Peça	Total	
Vídeo redes sociais - 1 unidade	R\$ 25.000,00	43%
Spot 30" - 1 unidade	R\$ 1.500,00	3%
Ação museus	R\$ 10.000,00	17%
Outdoor lona - 2 unidades	R\$ 1.850,00	3%
Ação redes sociais	R\$ 2.500,00	4%
Lona - 30 x 10 m - 1 unidade	R\$ 12.600,00	22%
Foto campanha	R\$ 5.000,00	9%
<b>TOTAL PRODUÇÃO</b>	<b>R\$ 58.450,00</b>	<b>100%</b>

<b>TOTAL GERAL - MÍDIA + PRODUÇÃO</b>	<b>R\$ 249.454,00</b>
---------------------------------------	-----------------------

Portanto, frente os fatos e as razões acima expostas, deve ser negado o pedido de desclassificação feito pela Recorrente.

## Da obrigatoriedade da apresentação do quadro de funcionários registrados nas agências Licitantes

A Recorrente Brasil 84 insurge-se contra a não pontuação em seu Conjunto de Informações, da alínea “b” do item 15.18.2 que trata do *quadro atualizado de funcionários da licitante devidamente registrados na empresa, com os devidos cargos em atividades publicitárias e a quantificação desses profissionais* (grifamos).

Reprodução do dispositivo editalício:

“ 15.18.2. Capacidade de Atendimento:

- a) Os atuais clientes da licitante e seu ramo de atuação no mercado; (2 pontos)
- b) O quadro atualizado de funcionários da licitante devidamente registrados na empresa, com os devidos cargos em atividades publicitárias e a quantificação desses profissionais; (3 pontos).”

Insurge-se também pelo fato de que a Casablanca Comunicação recebeu 2 (dois) pontos por ter apresentado a CTPS de seus funcionários.

A recorrente Brasil 84 em seu Recurso afirma que:

“Em momento algum, o edital cita que as agências devem comprovar que possuem os profissionais através de CLT ou Contrato de prestação de serviços.”

Certamente não deve ter lido o Edital com a atenção que o mesmo deve ser encarado numa disputa como esta. A exigência se mostra estampada no próprio dispositivo transcrito pela Recorrente às fls. 9 de seu Recurso (destacamos):

“O Edital prevê quanto a Capacidade de Atendimento das licitantes o seguinte:

15.2. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES (invólucro nº 3):

15.2.1. Capacidade de Atendimento: (5 pontos)

- a) Os atuais clientes da licitante e seu ramo de atuação no mercado;

*b) O quadro atual de funcionários devidamente registrados na empresa, com os devidos cargos em atividades publicitárias, as qualificações e quantificações desses profissionais.”*

Ora, não se trata de interpretação do texto, mas apenas de uma leitura atenta daquilo que é exigido na Capacidade de Atendimento.

O ponto nevrálgico do subquesito presente na alínea “b” do subitem 15.18.2 é o “quadro atualizado de funcionários da licitante devidamente registrados na empresa”. Se a Brasil 84 não apresentou junto com seu quadro de funcionários a comprovação do registro dos mesmos, houve o descumprimento de condição / circunstância indispensável à validade do que foi apresentado.

Os Membros julgadores agiram corretamente ao não pontuar o subquesito presente na alínea “b” do subitem 15.18.2, quanto à Proposta apresentada pela Recorrente Brasil 84, pois que a documentação alusiva ao mesmo foi apresentada de forma defeituosa, inválida para os fins visados no Edital.

E não se diga que tal possibilidade não tenha sido aventada no decorrer do processo licitatório.

Verifica-se que todas as Agências participantes sabiam desta particular exigência por parte da Prefeitura de Lagoa Santa, pois a mesma foi objeto de Impugnação por parte do Sindicato das Agências de Propaganda no Estado de Minas Gerais – SINAPRO/MG, entretanto, não teve provimento, restando válida a obrigatoriedade da apresentação do quadro atualizado de funcionários da licitante **devidamente registrados** na empresa licitante, conforme se vê de parte da decisão proferida pela Prefeitura de Lagoa Santa (destacamos):

*“Tanto na Lei 8666/93, tanto na Lei 14133/2021, tanto nos acórdãos e decisões do TCU, **NÃO SE PODE EXIGIR para fins de habilitação que a documentação relativa à qualificação técnica que haja vínculo empregatício. Admitindo-se quaisquer comprovações de vínculo: Estatuto ou Contrato Social***

*no caso de membro ou sócios; CTPS no caso de empregados e Contratos de Prestações de Serviços no caso de prestadores de serviços.*

*Em nenhum momento o Edital versou de forma diferente, o que se equivoca o Impugnante.*

*No caso do presente Edital, **que não se enquadra no item de HABILITAÇÃO**, portanto em nada se assemelha as corretas posições do TCU, **apenas irá pontuar ao Licitante que comprovar Capacidade de Atendimento**, que se reproduz:*

*Capacidade de Atendimento:*

*a) Os atuais clientes da licitante e seu ramo de atuação no mercado; (2 pontos);*

*b) O quadro atualizado de funcionários da licitante **devidamente registrados na empresa**, com os devidos cargos em atividades publicitárias e a quantificação desses profissionais. (3 pontos).*

*Ora, se irá pontuar pelos funcionários, estes, obviamente, devem ser registrados.”*

Apesar do desprovisionamento da Impugnação do SINAPRO/MG, e, sabedoras da obrigação, nenhuma das Licitantes, exceto a Casablanca, apresentaram quadro atualizado de funcionários da licitante devidamente registrados na empresa, sendo justo e adequado, portanto, que esta seja a única a receber os 2 (dois) pontos previstos na alínea “b” do subitem 15.18.2.

Destarte, sem razão a Recorrente, quando pede a revisão de sua nota.

## Dos princípios das Licitações

A Recorrente apresenta em seu Recurso um compêndio dos princípios relativos à Administração Pública no intuito e robustecê-lo, entretanto, neste caso e diante da lisura e eficiência como a Prefeitura de Lagoa Santa como um todo vem dedicando a esta licitação, ele se mostra desnecessário, quando não afrontoso aos membros da Comissão Especial de Licitação, Comissão Permanente de Licitação e em especial à Subcomissão Técnica que efetuou os julgamentos, como se aqueles princípios não fossem do



conhecimento desses membros ou dos componentes das Comissões ou mesmo que esses não os tivessem aplicado no desenrolar de suas funções.

Utilizando-se deste tópico, vem novamente a recorrente Brasil 84 apresentar os mesmos entendimentos errôneos, quanto à questão do limite de peças, já totalmente aqui defendida e ultrapassada a esta altura. Não merecendo, portanto, novas defesas ou considerações a esse respeito, pelo que requeremos o desprovemento do pedido de desclassificação implícito neste tópico da peça recursal da Brasil 84 Comunicação.

#### **IV – DA CONFORMIDADE DO JULGAMENTO COM AS REGRAS EDITALÍCIAS E LEGAIS**

O conteúdo da Ata de Julgamento das Propostas Técnicas, demonstra que os Membros da Subcomissão Técnica cumpriram todos os requisitos previstos no Edital.

Ao tornar público o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Licitação asseverou a valência técnica dos profissionais membros da Subcomissão Técnica presentes no julgamento abalizado, isonômico e consistente por eles executado.

Da Ata de Julgamento constam as planilhas com as pontuações concedidas pelos Membros da Subcomissão Técnica com fundamento na análise das Propostas Técnicas, de forma objetiva e consoante com os critérios pré-definidos no Edital.

**Portanto, as razões e os fundamentos que nortearam as pontuações somente poderiam ser aquelas estabelecidas no Edital, pois a ele estavam estritamente vinculadas em função dos parâmetros preestabelecidos, não cabendo aos membros da Subcomissão Técnica inovar em tal preceito, sob pena de subverter os comandos do Edital e assim, colocá-lo em dúvida.**

Nesta esteira, podemos afirmar com certeza que os critérios de pontuação praticados pela Subcomissão Técnica obedeceram aos princípios da razoabilidade, da proporcionalidade, da vinculação ao instrumento convocatório, bem como atendeu às exigências editalícias para o julgamento das Propostas Técnicas, o qual deve ser mantido integralmente.

### **III - DOS TRABALHOS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

A Subcomissão Técnica observou plenamente as exigências legais do procedimento licitatório, focada a todo momento na finalidade do processo, evitando o culto da forma como se ela fosse um fim em si mesma, atuando de maneira formal, mas sem ser formalista, e não sobrepondo os meios aos fins.

**Há, ainda, que admitirmos que os aspectos do Plano de Comunicação Publicitária são em sua essência subjetivos, e assim foram tratados, discutidos de forma individualizada e ao final conjuntamente e finalmente expressos nas planilhas, conforme determinam os termos contidos no Edital, as quais todas as Licitantes estavam cientes e aquiesceram, quando de sua participação no mesmo.**

O Plano de Comunicação de uma campanha publicitária (hipotética como a do certame) materializa-se por meio de produtos de veiculação/comunicação, que exteriorizam, em suma, uma ação criativa a qual atinge e sensibiliza os seus públicos (no caso, os membros da Subcomissão Técnica), de forma positiva ou negativa quando da aplicação das respectivas notas, as quais foram concedidas seguindo os regramentos ditados no Edital, observando-se a proporcionalidade de determinado quesito quanto ao cumprimento de todos os aspectos relativos ao mesmo, e, em comparação com os trabalhos das outras licitantes.

Dessa forma - ressaltando-se mais uma vez - a Subcomissão Técnica foi primorosa no julgamento das propostas técnicas de todas as licitantes, com base rigorosa nos critérios de avaliação estabelecidos pelo edital, bastando que se faça o cotejo com as disposições e determinações dos critérios de

pontuação e classificação do Conjunto de Informações e do Plano de Comunicação estabelecidos no Edital, **para se constatar que a pontuação aplicada a cada licitante está devidamente fundamentada e implicitamente motivada.**

Também, não há o que se falar em ausência de fundamentos, pois estes compuseram intimamente a avaliação de todas as proponentes, nas planilhas contendo as pontuações, produzidas quando da discussão dos quesitos e subquesitos entre os Membros.

E mais, a Subcomissão Técnica valeu-se de aspectos objetivos presentes no Edital para determinar os critérios que foram avaliados, aplicando-se a pontuação respectiva aos planos de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação analisados.

Insta ressaltar que citada Subcomissão manteve postura estritamente técnica, levando em consideração questões importantes como a imparcialidade, a isonomia, a razoabilidade e o bom senso visando encontrar a proposta mais vantajosa para Prefeitura de Lagoa Santa.

Diante de todo o exposto, justifica-se a aplicação das notas atribuídas a cada um dos licitantes, eis que os membros da Subcomissão Técnica, de forma individualizada, analisaram e julgaram, atribuindo notas aos seus quesitos, conforme critérios expressamente definidos no edital, estando cada nota, portanto, justificada e vinculada aos parâmetros preestabelecidos para os respectivos itens/quesitos avaliados.

**Há de se ressaltar, ainda, que o procedimento ditado pelo Edital não foi em momento algum, objeto de impugnação por quem quer que seja, restando, assim, incólume e acertada a forma de aplicação dos critérios de julgamento das Propostas Técnicas pela Comissão, de consequência, válida, eficaz e aplicável em todos os seus termos e condições.**

## **V – DA VINCULAÇÃO DOS ATOS PRATICADOS PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA COM O DETERMINADO NO EDITAL**

A Subcomissão Técnica, deverá reavaliar seu posicionamento quanto ao descumprimento de norma legal e editalícia por parte da licitante Brasil 84 Comunicação, uma vez que a não apresentação de nenhum funcionário devidamente registrado na empresa (exigência contida no item 3.3 e na alínea ‘b’ do subitem 15.2.1 do Edital) não implica apenas na falta de aplicação da nota, mas principalmente na desclassificação da licitante Brasil 84 Comunicação, conforme preceitua as normas editalícias e a Lei 12.232/2010 (destacamos):

### **“3.3. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

*A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, sem limite de páginas, em que a licitante apresentará:*

*a) Relação nominal de no máximo 08 (oito) dos principais clientes atendidos atualmente pela licitante, e com contrato vigente até a data de abertura deste certame. Especificar o período de atendimento (início e término) e o ramo de atuação de cada um deles.*

*b) O quadro atual de funcionários devidamente registrados na empresa, com os devidos cargos em atividades publicitárias, as qualificações e quantificações desses profissionais.”*

### **“15.2. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES (invólucro nº 3):**

#### **15.2.1. Capacidade de Atendimento: (5 pontos)**

*a) Os atuais clientes da licitante e seu ramo de atuação no mercado; (2 pontos)*

*b) O quadro atual de **funcionários devidamente registrados na empresa, com os devidos cargos em atividades publicitárias**, as qualificações e quantificações desses profissionais. (3 pontos)”.*

A própria licitante Brasil 84 auto declarou que não comprovou que possui profissionais contratados através de CLT ou Contrato de Prestação de Serviços:

*“Em momento algum, o edital cita que as agências devem comprovar que possuem os profissionais através de CLT ou Contrato de prestação de serviços. Apenas pede o quadro atual de funcionários, que foi o que fizemos, apresentamos uma relação dos funcionários, acompanhada de um resumo do currículo de cada um, juntamente com sua atual função dentro da agência.”*

Utilizando esta prova e consultando o Edital vemos o que é nele prescrito a respeito do descumprimento de qualquer de suas regras e determinações, bem como quanto à falta de veracidade das informações disponibilizadas nas Propostas Técnicas das licitantes:

*“22.2. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a não veracidade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.”*

*“16.1. Será desclassificada a proposta da licitante:*

*a) Que não atender às exigências, inclusive as formais, deste edital e seus anexos ou deixar de prestar informações complementares quando solicitadas.”*

Disposições totalmente corroboradas pela decisão da Prefeitura de Lagoa Santa ao não provimento à Impugnação do SINAPRPO/MG a respeito da exigência de apresentação do quadro de funcionários devidamente registrados na empresa (destacamos):

“ (...)

*Tanto na Lei 8666/93, tanto na Lei 14133/2021, tanto nos acórdãos e decisões do TCU, NÃO SE PODE EXIGIR para fins de habilitação que a documentação relativa à qualificação técnica que haja vínculo empregatício. **Admitindo-se quaisquer comprovações de vínculo: Estatuto ou Contrato Social no caso de membro ou sócios; CTPS no caso de empregados e Contratos de Prestações de Serviços no caso de prestadores de serviços.** “*

Vê-se, portanto, que a Brasil 84 Publicidade sabidamente descumpriu exigência formal constante do Edital, ao não apresentar as comprovações do vínculo que seus funcionários (CLT ou Contrato) tenham com a empresa.

Isto posto, cabe à douta Subcomissão Técnica retificar seu julgamento quanto a este importantíssimo e crucial ponto que tanto pode afetar a Prefeitura de Lagoa Santa, trazendo ordem ao julgamento e portanto, desclassificando de pleno direito a licitante Brasil 84 Publicidade pelo descumprimento do exigido na alínea “a” do subitem ‘5.2.1 e incidência do ditame contido no item 22.2 ambos do Edital que a rege.

## **VI - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em nenhum momento do procedimento licitatório, houve qualquer prática de ato, por quem quer que seja, em desrespeito ou desobediência à legislação ou ao Edital. Os envolvidos, sejam funcionários, colaboradores e mesmo, as empresas licitantes sempre agiram de forma lícita, transparente e em conformidade com as normas constantes do Edital.

Também foram observados e respeitados os princípios da isonomia e da impessoalidade, entre outros, na seleção da proposta mais vantajosa para a Prefeitura de Lagoa Santa, com o uso de pontuações capazes de permitir uma classificação justa para as licitantes envolvidas, via de julgamento vinculado ao edital, bem como através de um juízo de rigorosa imparcialidade.

De todo o exposto, concluímos no sentido de que, apesar de aparentemente confrontar com o procedimento da Lei nº 12.232/10, a configuração da fase recursal relativamente à classificação dos planos de comunicação publicitária e informações complementares não afronta a impessoalidade buscada pelo diploma legal em comento, uma vez que a avaliação dos recursos deve se pautar pelos critérios objetivos de julgamento constantes do instrumento convocatório e bem avaliados pelos membros da subcomissão Técnica.

Bem assim, deve ser desconsiderada a alegação da Recorrente Brasil 84 de que o Edital não pede o registro dos funcionários que compõem seu quadro funcional, pois este registro se trata de ato derivado do que a Administração entende como sua segurança para a contratação dos serviços.

Tamanha a importância desse registro, que o edital determinou sua pontuação conforme se vê da alínea “b” do subitem 15.2.1 do Edital, e de consequência imputou a penalidade de desclassificação para a licitante que tirar zero neste quesito:

*“15.8. Serão classificadas as propostas técnicas das licitantes que atenderem a todas as condições a seguir:*

- a) não obtiverem nota 0 (zero) em nenhum quesito;*
- b) atenderem as demais exigências deste edital;*
- c) obtiverem nota final mínima de 70 (setenta) pontos.”*

Portanto, necessária a entrega por parte de todas as licitantes do quadro atual de funcionários devidamente registrados na empresa, com os devidos cargos em atividades publicitárias, as qualificações e quantificações desses profissionais, sob pena de pontuação zero e a consequente desclassificação.

## **VII –DOS PEDIDOS**

Os pedidos da Recorrente devem ser totalmente desprovidos pela Subcomissão Técnica e por esta CEL, principalmente pela completa falta de embasamento legal ou fático que possa sustentar as alegações colocadas no Recurso, especialmente aquelas relativas ao pedido à desclassificação da Casablanca Comunicação, bem como qualquer redução de suas notas.

A manutenção dos pontos atacados no Recurso se impõe frente aos fatos e atos levados a efeito sob as luzes do que pede o Edital e a legislação aplicável, considerados válidos e íntegros por todos os participantes até o momento da publicação dos resultados, fato este que os robustece e os torna inabaláveis.

Essa Douta Comissão Especial e os membros da Subcomissão Técnica avaliando a questão sob o ângulo da razoabilidade e do julgamento objetivo, hão de dar guarida às ponderações feitas nos itens precedentes destas Contrarrazões, inclusive no requerimento tocante à devida desclassificação da licitante Brasil 84 Publicidade, “de ofício”, como forma de tutelar o interesse da Prefeitura de Lagoa Santa, bem como fazer valer os regramentos legais aplicáveis ao caso, os quais já se encontram motivados dentro do



# **casablanca**comunicação

processo licitatório e assim, conquistar o objetivo principal da licitação, que é a proposta mais vantajosa, e praticar o devido princípio da publicidade de seus atos (CF, art. 37, caput).

Consequentemente, requer-se que seja dado prosseguimento ao certame, com a convocação para a terceira sessão pública destinada à abertura do Envelope 4 – Proposta de Preços, nos termos do Edital.

Belo Horizonte/MG, 08 de fevereiro de 2024.

Pede deferimento e juntada.

**CASABLANCA COMUNICAÇÃO E MARKETING S.A.**

Juliano Torres Sales

CPF: 971.662.946-04

Este documento foi assinado digitalmente por Juliano Torres Sales.  
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código D0A3-075C-F56F-A1F1.



## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/D0A3-075C-F56F-A1F1> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: D0A3-075C-F56F-A1F1



### Hash do Documento

6453510AB2AD336BED26A5F07D8E852F8DE22A4E0F17B419A04C9B33726CD4BD

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 08/02/2024 é(são) :

- Juliano Torres Sales (Signatário) - 971.662.946-04 em  
08/02/2024 17:27 UTC-03:00

**Tipo:** Certificado Digital

