

**ILUSTRÍSSIMA SRA. PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
DA PREFEITURA DE MATOS COSTA - SC**

Ref. TOMADA DE PREÇO Nº 04/2017

Objeto: CONTRARRAZÃO

Recebi em
05-12-2017
J. Soares.

TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ 19.786.204/0001-28, com sede no município de Videira - SC, à Rua Brasil, 370 - Sala 403, já qualificada na presente licitação, vem respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, por seu representante legal Thiarles Reginaldo de Souza, já qualificado na presente licitação, dentro do prazo legal de manifestação, interpor CONTRARRAZÃO:

1. DAS CONTRARRAZÕES RECURSAIS

A recorrente salienta contrarrazões quanto aos recursos administrativos apresentados pelas licitantes GOTCHA PUBLICIDADE e OLÉ PROPAGANDA, nos quesitos que se nos dizem respeito, referidos à TEMPERO PROPAGANDA:

GOTCHA PUBLICIDADE

1.1 DA INCLUSÃO DO JORNAL CAIÇARA NO PLANO DE MÍDIA

A recorrente ressalta que o mesmo jornal foi citado em pesquisa informal com moradores e comerciantes locais como um jornal lido e com alcance na cidade, fato que não afeta o desempenho da campanha ora apresentada, pois a solicitação do briefing era a efetividade da campanha através de mídias que atinjam o público-alvo, fato esse alcançado pelo veículo de comunicação em questão, já que é um jornal bastante lido pelos moradores de Matos Costa, não tendo necessidade do veículo ter sede ou venda na cidade, e sim chegar até o leitor, como acontece com outros veículos como as rádios escolhidas, que não apresentam escritórios na cidade mas são ouvidas pela população.

A materialização da campanha deverá abranger os meios de comunicação adequados a este tipo de demanda, e ficará a critério da licitante escolher a concepção, distribuição e quantitativos necessários, observados os limites do edital. É importante ressaltar que, além da utilização das chamadas mídias "tradicionais", que são o rádio, os jornais impressos e a televisão, a presente licitação também pretende usufruir dos novos elementos de comunicação trazidos pela modernidade, não só apenas pelo uso da internet, mas também pela interface com outros meios por ela disponibilizados.

Além disso, como se não bastasse, a recorrente ressalta ainda e anexa junto a esse recurso e-mail enviado pela mesma Sra. Margarete C. S. Augusto Sá, do Jornal Caiçara, onde em momento algum ela cita que o jornal não circula na cidade de Matos Costa, Segue ainda cópia do email solicitando orçamento, onde o mesmo cita que a campanha é para a Prefeitura de Matos Costa, deixando claro qual era o

J. Soares



objetivo, cliente e praça da campanha. Dessa forma fica visível a má fé da Sra. Margarete C. S. Augusto Sá ao emitir declaração favorável à GOTCHA PUBLICIDADE, ficando claro querer beneficiar a mesma com tal atitude, seja dando a entender à Tempero Propaganda que atende a cidade de Matos Costa para depois desmentir, seja emitindo declaração posterior à GOTCHA PUBLICIDADE desmentindo informação anteriormente passada.

Portanto, e diante dos fatos apresentados, pede que seja desconsiderado o argumento da licitante GOTCHA PUBLICIDADE, além de pedir que seja mantida a desclassificação da mesma, já que a licitante em questão não cumpriu item importantíssimo do edital, fato esse que a fez ser desclassificada com razão pela Subcomissão Técnica.

OLÉ PROPAGANDA

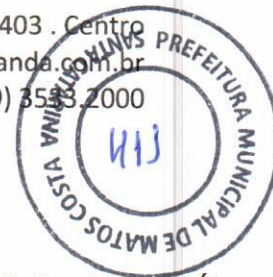
1.2 DA APRESENTAÇÃO DE CAPA TRANSPARENTE NO CADERNO DO ENVELOPE A

A recorrente ressalta que a apresentação cada fumê citada pela licitante OLÉ PROPAGANDA foi apresentada devido ao fato do edital não deixar claro se a capa preta deveria ser na frente ou atrás do caderno, já que quando deve ser usado na parte traseira geralmente usa-se o termo contracapa, dessa forma na hora de encadernar surgiu a dúvida se deveria ser encadernado conforme o padrão usado nesse processo, que é capa fumê na parte da frente e preta na contracapa, ou se deveria ser usada capa preta na frente e atrás e mesmo assim manter a capa fumê padrão no processo de encadernação. Conforme transcrito abaixo, o edital não deixa claro se a capa preta deve ser somente na frente, somente atrás ou em ambos os lados:

*h) Em caderno único, **encadernado com capa plástica preta e helicoidal plástica preta**, não podendo conter impressões especiais ou qualquer outro sinal anômalo;*

A recorrente destaca ainda que isso em nada muda ou prejudica as demais licitantes, já que a capa em questão na cria qualquer tipo de identificação da licitante, item esse cumprido pela licitante TEMPERO PROPAGANDA conforme pede edital:

*6.3. Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. **A exceção a essa regra é o Envelope "A" - "Proposta Técnica Apócrifa", que não deverá ser identificada;** 6.4. A "Proposta Técnica Apócrifa" será apresentada no Envelope "A", **sem a identificação da empresa**, sob pena de desclassificação; 6.5. O conteúdo da "Proposta Técnica Apócrifa", indicado no subitem 6.2.1.1 deverá ser acondicionado em Envelope - obrigatoriamente fornecido pelo Município de Matos Costa\SC a pedido da Licitante, padronizado de forma a impedir a identificação dos licitantes. 6.6. É vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, inclusive etiquetas.*



1.3 ITEM 9.2.3 LETRA B - IDEIA CRIATIVA

A recorrente destaca aqui recurso equivocado da licitante OLÉ PROPAGANDA, havendo erro de interpretação por parte da mesma ao citar que não foi cumprido o edital. O item transcrito abaixo pede que sejam apresentadas as peças que a licitante julgar necessário, podendo ser uma peça ou outra, conforme escolha da licitante:

b) Como parte do quesito idéia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 03 (três) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso, ou "monstro" de peça de internet ou "monstro" de peça de rádio, limitados a uma peça para cada meio - convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante;

Da mesma forma a licitante destaca que não foi cumprido o edital ao apresentar como exemplo de peça a mídia OUTDOOR e não apresentar a PEÇA DE INTERNET. Mais uma vez é possível verificar equívoco por parte da licitante OLÉ PROPAGANDA, já que o item transcrito abaixo do edital cita que pode ser apresentado uma ou outra peça, à escolha da licitante. Para dar mais reforço ainda na correta apresentação da proposta da TEMPERO PROPAGANDA, segue anexo e-mail recebido pelo Sinapro - SC que reforça a correta interpretação da recorrente.

1.4 ITEM 9.2.2 LETRA G - NUMERAÇÃO DAS PÁGINAS

A recorrente destaca que apresentou os anexos do Envelope 01 sem numeração nas páginas onde consta as peças da Ideia Criativa por entender que anexos não são considerados como parte efetiva do descritivo do Plano de Comunicação. Da mesma forma destaca que a licitante GOTCHA PUBLICIDADE também apresentou a numeração de páginas fora de padrão, tendo números inclusive à caneta, razão essa que a licitante TEMPERO PROPAGANDA não viu problema e não apresentou recurso contra isso por entender que a numeração de páginas é um detalhe apenas formal, como forma de sequenciar as páginas, em nada afetando as propostas técnicas ou identificando as licitantes.

1.5 ITEM 9.2.1

A recorrente destaca que como já comentado anteriormente e justificado pelo setor jurídico do Sinapro - SC, não deixou de cumprir também o item 9.2.1 do edital, já que a mídia OUTDOOR pode ser inclusa na campanha por fazer parte de mídia convencional, dessa forma não faz sentido a acusação de que a recorrente não cumpriu tal item do edital, já que a peça outdoor foi inclusa na campanha e computada na tabela de mídia.

b) Como parte do quesito idéia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 03 (três) peças que

corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso, ou "monstro" de peça de internet ou "monstro" de peça de rádio, limitados a uma peça para cada meio - convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante;

2. REQUERIMENTO

Diante do exposto, requer a recorrente o recebimento das contrarrazões de recurso administrativo e, após a observância dos demais trâmites de ordem legal, que seja conhecido, por ser tempestivo, bem como seja provido, devendo, pelas razões expostas ser as licitantes GOTCHA PUBLICIDADE e OLÉ PROPAGANDA desconsideradas em seus argumentos apresentados no Recurso Administrativo, em partes que cabe à Tempero Propaganda.

Requer, igualmente, que todas as decisões tomadas sejam revestidas da devida fundamentação, além do que postula no sentido de ser o representante legal da Recorrente cientificado de toda e qualquer decisão que venha a ser prolatada no que se refere ao presente recurso.

Nestes termos espera o deferimento.

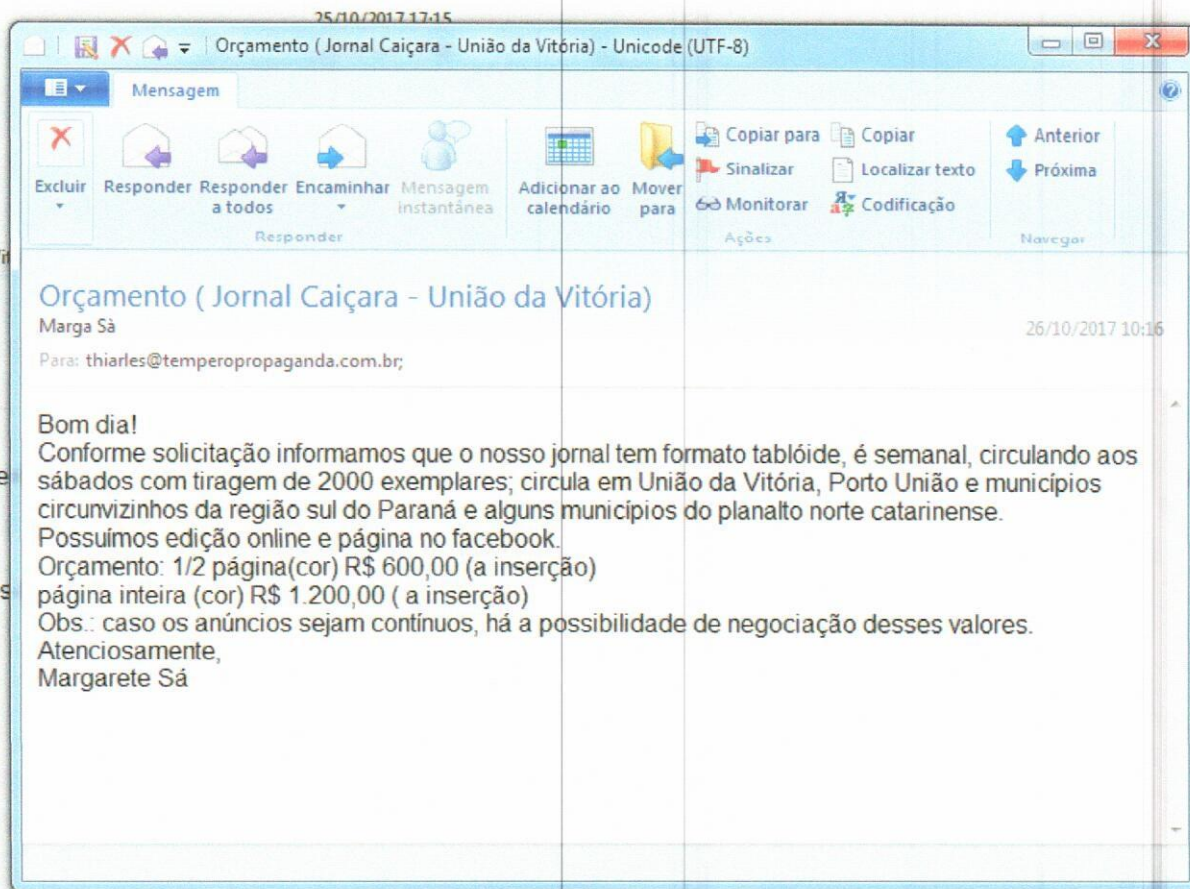
Videira, 4 de dezembro de 2017.

Tempero Propaganda Ltda - ME
CNPJ: 19.786.204/0001-28
Rua: Brasil, nº 370 - Sala 403 - Centro
CEP: 89.560-000 - Videira/SC


Thiarles Reginaldo de Souza
Diretor - Tempero Propaganda Ltda ME.



**RESPOSTA DO JORNAL CAIÇARA NÃO CITANDO
QUE NÃO É DISTRIBUÍDO EM MATOS COSTA**



**ORIENTAÇÃO DO SINAPRO - SC QUANTO A
APRESENTAÇÃO DAS PEÇAS NO ITEM IDEIA CRIATIVA**

