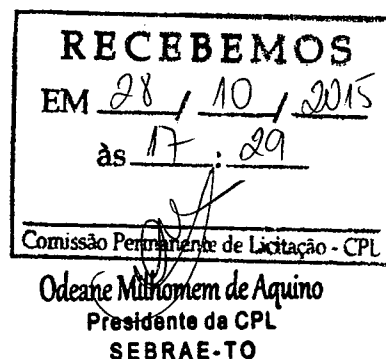


**ILUSTRÍSSIMA PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO -  
CONCORRÊNCIA SEBRAE/TO Nº 004/2015.**



**PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**, inscrita no CNPJ sob o nº 06.170.766/0001-09, situada nesta capital, na Quadra 110 Sul, Alameda 13, QI - N, lote 02-A, CEP 77.020-150, por meio de seu representante legal infra-assinado e seus advogados (procuração anexa), vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, interpor o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**, para apreciação dos Interventores do SEBRAE/TO, conforme *item 14.1* do Edital.

Para tanto, requer seja o presente Recurso recebido em seu efeito suspensivo (*item 14.2*) e regularmente processado, com as razões que acompanham a presente.

Nestes Termos,  
Pede Deferimento.

Palmas/TO, 28 de outubro de 2015.

  
**PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**  
Paulo de Holanda da Silva

**RODRIGO MAGNO DE MACEDO**  
OAB/TO 6.420-B

  
**RODOLFO MAGNO DE MACEDO**  
OAB/TO 6.831-A

## **RAZÕES DO RECURSO**

**CONCORRÊNCIA SEBRAE/TO Nº 004/2015**

**Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Tocantins - SEBRAE/TO**

**RECORRENTE: PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**

**CONSPÍCUOS JULGADORES,**

*Ilustres Interventores*

### **I - DO CERTAME**

Afluindo ao chamamento dessa r. Instituição para a Licitação, Concorrência nº 004/2015, a Recorrente e outras licitantes, dele vieram participar, comparecendo nas duas sessões, a primeira realizada em 23/09/2015 às 09:30h e a segunda em 21/10/2015 às 14:30h.

### **II - PRELIMINARMENTE: Aplicabilidade da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.**

Não obstante ser permitido ao SEBRAE tecer seus próprios regramentos para licitações, não havendo obrigatoriedade de seguir estritamente as regras da lei 8.666 de 21 de junho de 1993, mas apenas suas diretrizes principiológicas, como publicidade, legalidade, impessoalidade, moralidade, isonomia, igualdade, etc., tem-se que **com relação à licitação de serviços de publicidade, a especificidade da Lei 12.232 acaba por tornar obrigatória a obediência às suas regras, mormente ante o disposto em seus artigos 1º, §1º, e 20:**

**Art. 1º, § 1º: Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo. (Grifo nosso).**

**Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação. (Grifo nosso).**

Com relação ao disposto no §1º do art. 1º retrocitado, vale ressaltar que o SEBRAE é controlado pelo TCU, que, por sua vez, é integrante da Administração Pública Federal. Para não pairar dúvida a esse respeito, confira-se o disposto no art. 5º da Lei 8.443/92 (Dispõe sobre a Lei Orgânica do Tribunal de Contas da União):

**Art. 5º A jurisdição do Tribunal abrange:**

**V - os responsáveis por entidades dotadas de personalidade jurídica de direito privado que recebam contribuições parafiscais e prestem serviço de interesse público ou social;**

Isto posto, não observados os procedimentos previstos na Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, faz-se necessária a revisão dos atos que impliquem na violação do referido diploma legal ou, até mesmo, a anulação do certame, devendo ser publicado novo edital, adequado à Lei que rege a licitação de serviços de publicidade.

### **III - DO MÉRITO**

A despeito dos atos praticados no decorrer do certame, pôde-se verificar inúmeras irregularidades, conforme se passará a discorrer a seguir, iniciando-se pelo que se constatou na primeira sessão:

1. Na primeira sessão, no momento de credenciamento, a agência FM GONÇALVES EIRELI ME apresentou seus documentos em cópia simples e a empresa RECORDS PROPAGANDA apresentou somente cópia de documentos pessoais,

deixando de apresentar os outros documentos exigidos no **item 7.1 do edital**, portanto, tornando-se inviável o credenciamento dessas agências;

2. A campanha "SEBRAE O MELHOR PARA O SEU NEGÓCIO", em seu plano de comunicação apócrifo, não apresentou o **item 8.5.3, alínea d**, referente à lista da ideia criativa;
3. A agência SAGA PUBLICIDADE LTDA, no caderno "Capacidade de Atendimento", não atendeu o **item 8.7.2, alínea B, item b**, sendo apresentado somente no "Repertório" a cópia dos atestados e não autenticada;
4. A empresa FM GONÇALVES LTDA, também no caderno "Capacidade de Atendimento", deixou de apresentar os atestados exigidos no **item b** supracitado;
5. A empresa IDEIA3 COMUNICAÇÃO E EXPANSÃO DE NEGÓCIOS LTDA deixou de apresentar o atestado exigido no **item 8.7.2, alínea A, item c**;
6. A campanha "VENCER A CRISE É FAZER ACONTECER", em seu plano de comunicação apócrifo, não atendeu ao **item 8.2.1**, no tocante ao espaçamento, ademais, o número de peças não correspondeu a "Ideia Criativa".
7. A campanha "VENCER A CRISE É FAZER ACONTECER", quanto a "Estratégia de Mídia", valeu-se de plano de mídia em veículo inativo no Estado e utilizou rádio comunitária.
8. A campanha "CHAME O SEBRAE O SONHO É REAL" foi apresentado em desobediência ao exigido no **item 8.5.3, alínea D**, em lista avulsa, em papel rasgado e sem suporte.

Dessa forma, já na primeira sessão imperava a desclassificação de várias agências, conforme os fatos relatados acima, inclusive da agência IDEIA3, que obteve maior pontuação técnica, todavia, foram desclassificadas apenas as agências LOGOS PROPAGANDA e SAGA PUBLICIDADE LTDA.

Quanto à segunda sessão, no cotejamento entre as vias não identificadas com a via identificada, verificou-se:

1. A agência IDEIA3 utilizou de tabelas de preços dos veículos de forma generalizadas no Estado. Vale lembrar que o "Pedido de Inserção" é realizado para cada cidade, não existindo uma tabela para todo Estado, uma vez que cada emissora tem a sua tabela de preços. Portanto, as tabelas das TV's apresentadas pela IDEIA3 foram forjadas, ficando claro que referida agência não possui conhecimento técnico de mídia e não conhece as emissoras do Estado;
2. Na planilha de mídia de inserção de rádio a agência IDEIA3 utilizou a rádio Sucesso FM, que é uma rádio comunitária e não deveria ter sido programada no plano de mídia;
3. Em outro equívoco, a empresa IDEIA3 programou o Jornal do Tocantins para as segundas-feiras, não obstante o jornal não circular nesse dia. Mais uma vez, fica evidenciado o total desconhecimento técnico de mídia local por essa licitante;
4. A agência FM GONÇALVES valeu-se de uma planilha em desacordo com o edital, na qual utilizou apenas 15 (quinze) dias do mês de maio de 2016 e a verba ultrapassou a prevista no edital.
5. Numa conduta contrária à Lei, a Subcomissão Técnica, na Planilha Geral de pontuação, **pontuou a empresa IDEIA3 acima de 45%** em relação às outras concorrentes, não procedendo à reavaliação necessária, conforme disposto no inciso VII do art. 6º da Lei 12.232.

Apesar de constatadas as irregularidades acima, a Subcomissão Técnica não levou em consideração tais fatos, deixando de desclassificar a agência IDEIA3, que acabou sagrando-se vencedora do certame.

Retenha-se que o princípio da ISONOMIA é considerado um instrumento regulador das normas licitatórias, pois todos os que estão vinculados ao certame deverão receber tratamento igualitário.

Assim, é obrigação da administração pública não somente buscar a proposta mais vantajosa, **mas também demonstrar que concedeu a todos os potenciais concorrentes a mesma oportunidade.**

A isonomia, portanto, deve ser pilar de todo o processo licitatório, sendo vedada a ocorrência de qualquer influência subjetiva, ou eventual preferência dos julgadores.

Ilustres Julgadores, sabe-se que a licitação é o procedimento administrativo que determina critérios objetivos de seleção da proposta de contratação mais vantajosa, portanto, devem ser observados os **princípios** que regem a prática dos atos administrativos, mormente no que tange às diretrizes da lei de licitação, sob pena de sua inobservância resultar em nulidade de todo procedimento, além de configurar **crime de prevaricação, previsto no art. 319 do Código Penal Brasileiro.**

#### IV - DO PEDIDO:

Com fundamento nas razões precedentemente aduzidas, requer-se o PROVIMENTO DO PRESENTE RECURSO, para a revisão dos atos ou anulação de todo o certame por descumprimento das normas estabelecidas na Lei 12.232 ou, assim não entendendo, sejam procedidas as desclassificações necessárias conforme os fatos supra apurados, mormente no tocante à licitante vencedora, a empresa IDEIA3



COMUNICAÇÃO E EXPANSÃO DE NEGÓCIOS LTDA, por ser medida da mais pura e  
lídima Justiça!

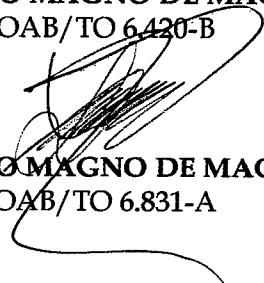
Nestes Termos,  
Pede DEFERIMENTO.

Palmas, 28 de outubro de 2015.



**PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**  
Paulo de Holanda da Silva

**RODRIGO MAGNO DE MACEDO**  
OAB/TO 6.420-B



**RODOLFO MAGNO DE MACEDO**  
OAB/TO 6.831-A

## **PROCURAÇÃO**

Por este instrumento particular de mandato, **PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 06.170.766/0001-09, situada nesta capital, na Quadra 110 Sul, Alameda 13, QI - N, lote 02-A, CEP 77.020-150, neste ato representada na forma de seu estatuto social por seu representante legal, nomeia e constitui como seus procuradores, **RODRIGO MAGNO DE MACEDO**, brasileiro, casado, advogado, inscrito na OAB/TO sob o nº 6.420-B e **RODOLFO MAGNO DE MACEDO**, brasileiro, solteiro, advogado, inscrito na OAB/TO sob o nº 6.831-A, ambos com escritório profissional situado na Quadra 501 Sul, Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01, lote 3, Edifício Executive Center, sala 109, Palmas/TO, CEP 77016-002, aos quais outorga a presente *procuração ad judicia*, com **poderes específicos** para interpor **recurso administrativo** perante a Comissão Permanente de Licitação - Concorrência SEBRAE/TO nº 004/2015, conferindo-lhes, ainda, poderes especiais para representar a OUTORGANTE em qualquer Juízo, Instância, ou Tribunal, podendo os OUTORGADOS receber intimações, confessar, reconhecer a procedência do pedido, desistir, transigir, renunciar ao direito sobre que se funda a ação, retirar alvarás judiciais em secretaria, substabelecer, firmar compromissos ou acordos e receber e dar quitação.

Palmas/TO, 28 de outubro de 2015.

  
**PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**