

ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE ECONOMIA – COFECON E A AUTORIDADE SUPERIOR COMPETENTE

Ref. TOMADA DE PREÇO n.º 01/2016

PROCESSO n.º 17.276/2015

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

COFECON 25/MAI/2016 16:52 000038656

ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA – EIRELI, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ/MF sob n.º 05.033.844/0001-52, contrato social arquivado na Junta Comercial do Distrito Federal sob NIRE n.º 532.0113868-2, com sede no SAUS Quadra 05, Bloco N, Salas 1012, 1015, 1017 e 1021 do Ed. OAB, CEP 70070-913, Asa Sul, **CAROLINA BAZZI MORALES**, vem, tempestivamente, perante Vossa Senhoria, por seu representante legal, apresentar suas:

CONTRARAZÕES

aos recursos interpostos pelas empresas **CANNES PUBLICIDADE LTDA, LUME COMUNICAÇÃO EIRELI, ARTICUM PUBLICIDADE LTDA ME e RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA**, todas já devidamente qualificadas nos autos do processo acima indicado, contra decisão proferida pela Comissão Permanente de Licitação, que declarou a recorrida a melhor classificada tecnicamente no certame, com fundamento que passa a expor:

em

Antes de iniciar o apontamento um a um dos recursos apresentados, gostaríamos de registrar nossa indignação com a falta de compreensão ou com talvez, a malícia com que algumas recorrentes estão agindo. Falamos com a responsabilidade de uma empresa de 34 anos de mercado que se assusta ao identificar posicionamentos tão inconsistentes que visam trazer morosidade ao certame e gerar custos à todos os envolvidos.

Algumas questões precisam ser esclarecidas:

1ª. A i-Comunicação foi a melhor classificada tecnicamente e não é a vencedora do certame. Ainda faltam duas etapas de suma importância, que são: a abertura da proposta de preços e de documentação. Portanto, nenhuma empresa pode apontar a sua indignação mencionando a i-Comunicação como vencedora, sendo que a mesma ainda não possui tal mérito.

2ª. Quanto as formas de preenchimento dos requisitos, TODAS as empresas apresentaram pequenos desvios, como: apresentação em A3 de peças ou tamanho das fontes. E isso, não gerou em momento algum a IDENTIFICAÇÃO de qualquer licitante, haja visto que nenhuma concorrente apontou a POSSÍVEL IDENTIFICAÇÃO em ata.

3ª. Outro ponto a ser verificado foi que nenhuma empresa GABARITOU todos os quesitos. Como podem as recorrentes dizer que um deslize ou outro não foi considerado como ponto negativo na observância dessa r. Comissão? Aliás, é flagrante a falta de respeito com o trabalho dos representantes da comissão que é SOBERANA. O invólucro 01 tinha como pontuação máxima 65 pontos e vale ressaltar que a empresa que chegou mais próximo dessa pontuação obteve 57 pontos. Já o invólucro 03, pontuava no máximo 35 pontos e a empresa que obteve a melhor pontuação, alcançou 32 pontos. Ou seja, todas as empresas tiveram pontos retirados por motivos que são desconhecidos, mas que são da avaliação realizada pela Comissão.

DO RECURSO INTERPOSTO - CANNES PUBLICIDADE LTDA

Posto isso, a Recorrente CANNES alega que houve desigualdade na aplicação dos pontos, uma vez que identificou pontuação sem critérios sustentáveis, bem como vícios

que colocam em cheque a lisura do julgamento técnico, pela inobservância, por parte da Subcomissão Especial, dos preceitos editalícios.

Como também, declara que no que tange ao Invólucro 1 – Plano de Comunicação Publicitária – há um fato grave, que pode comprometer toda a lisura do processo, uma vez que pode-se perceber, claramente, RASURAS, que evidenciam a redução deliberada e injustificada das notas da Cannes Publicidade. Insiste ainda que algumas concorrentes se utilizaram de capas plásticas, entrelinhas, negritos, sublinhados, fotos e imagens no Invólucro 3, bem como requer sejam desconsideradas as rasuras nas notas atribuídas a Recorrente e a desclassificação ou a penalização com redução de pontos de outras licitantes, sem indicar quais licitantes e quais razões.

DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA CANNES PUBLICIDADE LTDA

A empresa CANNES evidencia em seu recurso que houve rasura na pontuação técnica, entretanto, se equivoca quanto a redução deliberada e sem justificativa. Ocorre que o item 7.3.2 e 7.3.2.1, onde determinam que:

“(…)

Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

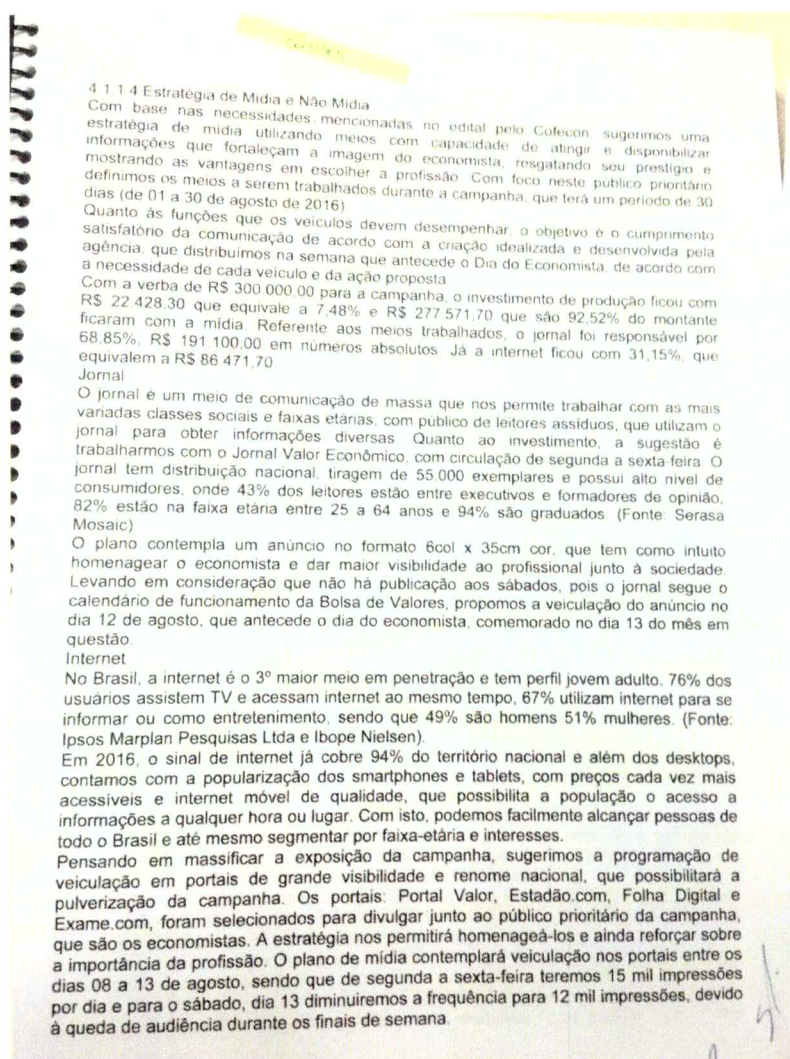
Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da licitação.

(…)”.

Verifica-se assim que a indicação da rasura na nota apresentada não viola as regras editalícias, pelo contrário, está em plena consonância com o princípio da vinculação do

edital, inserido no artigo 3 da Lei 8666/90. De acordo com o Edital, somente se não houver nova postura quanto as notas seria necessário justificar e não ao contrário.

Passo outro, quanto a penalidade imposta a Recorrente no que se refere ao excesso de páginas na Estratégia de Mídia e Não-Mídia, a Recorrente de fato apresentou número de páginas acima do permitido, pois **iniciou na página n. 8, finalizando na página n. 10, a Estratégia de Mídia e Não Mídia** violando assim as regras claras do Edital, vejamos:



E, por fim, ao alegar que empresas não cumpriram com as regras contidas do edital, não indicou quais empresas incorreram nas alegações, pontuando de forma genérica e sem motivação. Com isso, não pode a r. Comissão entender pelo deferimento do pedido com base em suposições gerais e sem pautar e indicar quais empresas violaram o Edital e em quais itens, **impossibilitando assim o contraditório e ampla defesa da Recorrida.**

DO RECURSO INTERPOSTO POR LUME COMUNICAÇÃO EIRELI

A Empresa Lume Comunicação informa que foi desclassificada ao argumento de que obteve nota zero no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, incorrendo no estabelecido no item 7.4 do Edital, por não ter incluído nas 8 páginas do Plano de Comunicação, a sua Estratégia de Mídia e Não-Mídia.

Afirma que cumpriu rigorosamente com o Edital, requerendo a sua classificação e pontuação relativo ao quesito zerado.

DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA LUME COMUNICAÇÃO EIRELI

Entretanto, vejam que ele inicia a Estratégia de Mídia e Não-Mídia na página 9 e finaliza na página 10. Sendo que conforme edital, o texto de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Estratégia de Mídia de Não Mídia **deveriam estar dentro das 8 páginas**, conforme se comprova com a análise do documento juntado no processo.

Além disso, o que fica flagrante no recurso é que a Recorrente faz requerimento para retornar ao certame e ela mesma se pontua dando nota de 8,33 pontos dos 10 que valeriam o quesito. O que é inadmissível dentro do processo licitatório. Cabe somente a r. Comissão avaliar os quesitos e pontuar devidamente os planos apresentados, decorrência do princípio da Soberania a ela inerente.

DO RECURSO INTERPOSTO POR ARTICUM PUBLICIDADE LTDA ME

A Recorrente aduz que a i-Comunicação, ora Recorrida, apresentou 13 peças no item Ideia Criativa, quando o edital determinava o número máximo de 10 peças, contrariando o item 4.1.1.3.1 e, ainda, afrontou também o item 4.1.2. ao apresentar fotos de sua equipe profissional no invólucro 3.

Afirma que a Licitante RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE apresentou texto com espaçamentos e tipologia em desconformidade com o item 3.1.2.4 do Edital e, em seu Invólucro 3, apresentou peças de repertório no formato A3, contrariando os

esclarecimentos feitos pela r. Comissão e, por fim, as declarações do case foram apresentadas sem o CNPJ do Declarante.

Alega que a Licitante RBM também incorreu no mesmo erro ao apresentar espaçamentos e tipologia em desconformidade com o item 3.1.2.4.

Assevera que as Licitantes SHOUT e BERTONI, na mesma linha de erros cometidos pelas empresas já citadas, violaram o Edital ao incorrer no erro quanto as entrelinhas e tipologias. Indo mais além, a Licitante SHOUT ainda utilizou capa e contracapa plásticas pretas que poderia suscitar elementos de identificação da proposta. Por fim, a Licitante AZÊ utilizou fotos da equipe e da estrutura, bem como as declarações dos Cases estão sem CNPJ dos Declarantes. Além disso, no invólucro 1, não observou o número de páginas exigidos no item 3.2.1.4.

DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA ARTICUM PUBLICIDADE LTDA ME

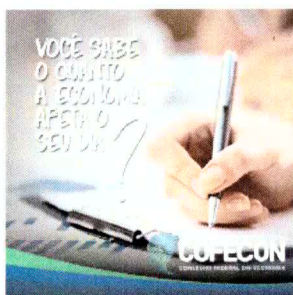
Ocorre que a documentação apresentada pela i-Comunicação no tanto referente as peças da Ideia Criativa estavam em consonância com os requisitos formais inseridos no Edital, uma vez que as peças indicadas estavam dentro do número de 10 e não de 13 como pretende que se reconheça com o recurso. É mais que sabido que um sequencial de posts para uma campanha é composto pela mesma identidade visual e carregam os conceitos chave da campanha em questão. Ou seja, os 3 posts, estão com a mesma linha criativa (fontes e texturas). Qualquer publicitário se perguntado a respeito responderia que todos os seguintes textos e imagens fazem parte de uma mesma campanha.

Vamos rever os posts?



Os conhecimentos de um economista podem fazer a diferença desde o planejamento financeiro da sua família, até a criação de políticas econômicas que definem o futuro do país.

#DiaDoEconomista



Em comemoração ao **Dia do Economista**, o Cofecon lançou um folheto especial com dicas que podem ajudar no seu planejamento financeiro. Conheça: www.cofecon.org.br/economista



O Cofecon tem outra surpresa em homenagem ao **Dia do Economista**. Esta disponível na App Store e na Google Store, um aplicativo que te ajuda a colocar as contas em dia, com dicas exclusivas de economistas. Baixe, é gratuito!

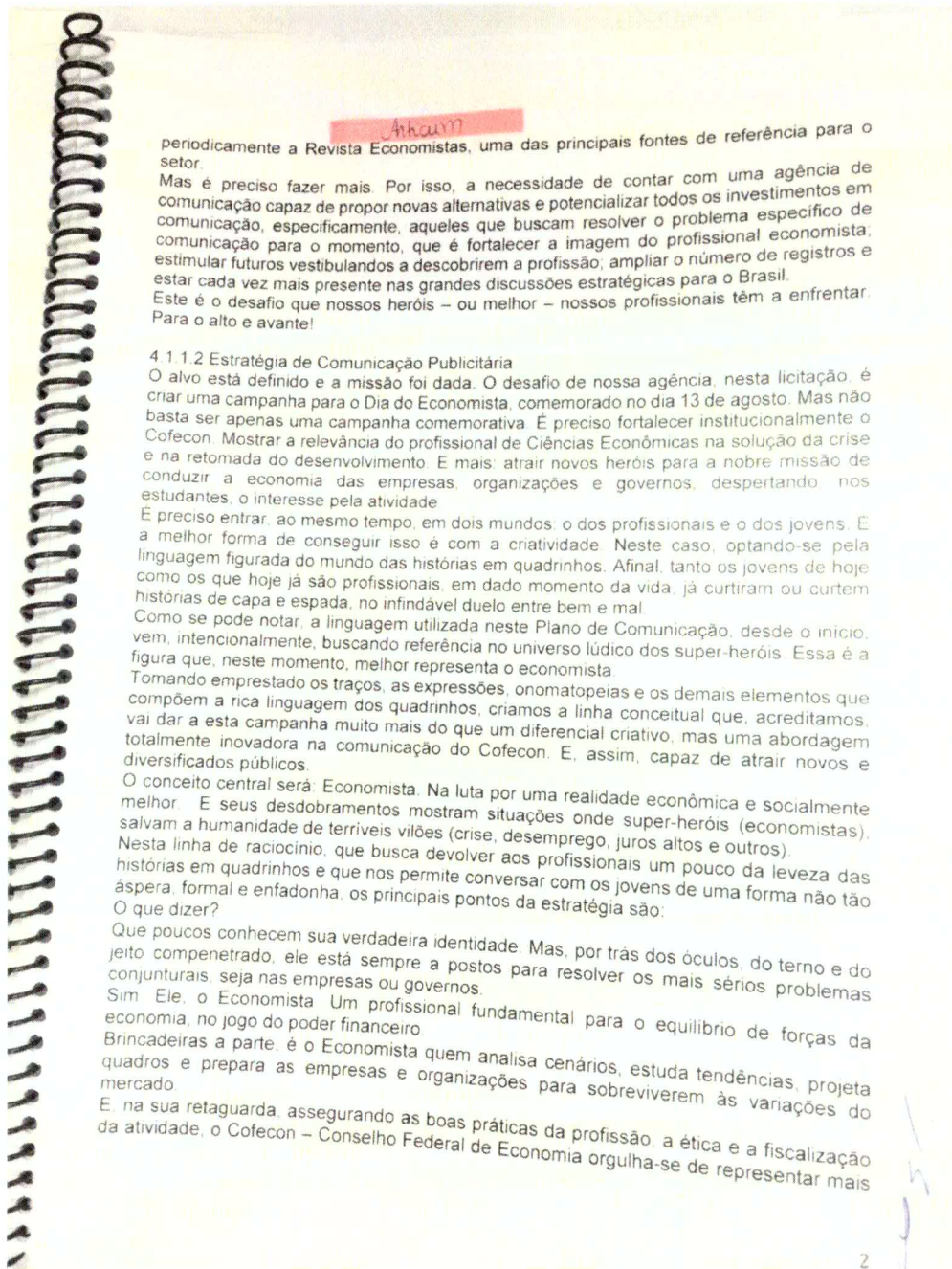
E, ainda, no tanto relativo a apresentação da capacidade de atendimento da Recorrida, com fotos de sua equipe de profissionais e estrutura, verifica-se que no item 4.1.2 do Edital não há nenhuma referência da impossibilidade de apresentação da capacidade de atendimento com fotos, sendo certo que outras empresas apresentaram fotos da infraestrutura e equipe, como por exemplo a empresa AZÊ.

De qualquer forma, constata-se que mesmo não podendo se utilizar imagem no texto, a empresa Icomunicação foi penalizada em sua apresentação, apesar de ter apresentando a relação nominal dos principais clientes atuais, a quantificação e a qualificação, sob forma de currículo resumido dos profissionais, as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição, a sistemática de atendimento e a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da

auditoria de circulação e controle de mídia que colocará à disposição do COFECON, conforme letras A a E do tem acima citado.

Passo outro, verificando o material apresentado pela Recorrente ARTICUM verifica-se que a mesma **NUMEROU O PLANO DE COMUNICAÇÃO DE ACORDO COM A NUMERAÇÃO EXISTENTE NO EDITAL, BEM COMO COLOCOU ESPAÇAMENTOS ENTRE OS PARÁGRAFOS**. Ao que tudo indica, mesmo com o descumprimento do Edital, a r. Comissão aceitou os documentos com a retirada dos pontos aos quesitos.

lmw



DO RECURSO INTERPOSTO POR RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE

Por sua vez, aduz a empresa RADIOLA em seu recurso que a **empresa vencedora do certame** - e neste ponto entende a Recorrida que existe uma questão subjetiva contra a participação da mesma na licitação, já que a i-Comunicação apenas é a mais bem

classificada tecnicamente - apresentou irregularidades quanto a separação de parágrafos por meio de espaçamento em branco, violando assim os parâmetros descritos no item 3.1.2.4 do Edital, bem como não cumpriu com item 4.1.1.3, no que diz respeito a “Ideia Criativa”, uma vez que não se limitou à exposição da listagem de peças a serem produzidas, preenchendo a listagem com elementos que em nada se relacionam com o requerido.

Além disso, alega que a i-Comunicação extrapolou o limite de 10 peças estipulado pelo edital, no que refere a apresentação de peças devido aos 3 posts sequenciais. **O que já foi mais do que esclarecido nesta contrarrazão, conforme pontuado acima.** Por fim, afirma ainda que apresentou sua capacidade de atendimento de forma diferente da prescrita pelo edital, uma vez que o fez não apenas por texto, contém fotos.

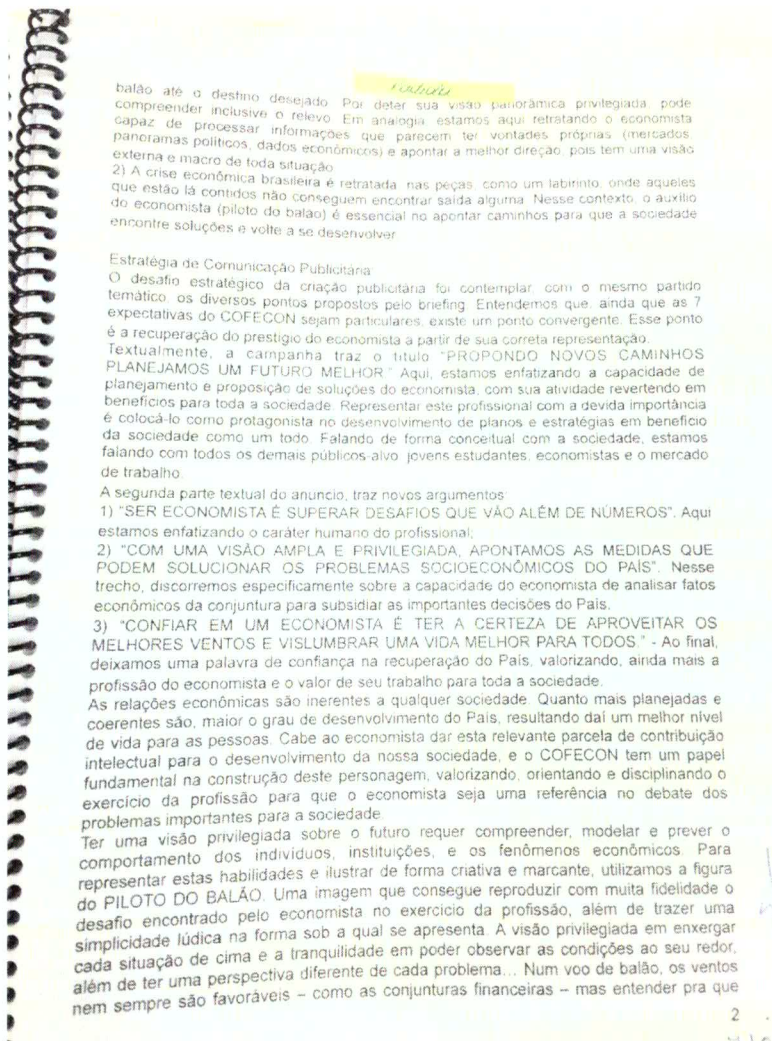
Com isso e mesmo com o respeito que temos pela empresa RADIOLA por ser uma empresa de 14 anos com muita inovação e criatividade, não há como não se indignar com o que se pretende. Primeiramente, verifica-se no recurso que foi indicado que: “constata-se diversas irregularidades e desrespeitos ao padrão imposto à todas as proponentes, o que por sua vez permitem a identificação da proposta da referida empresa” (página 4 do recurso apresentado). Questiona a Recorrida se era possível identificar a i-Comunicação por suas “diversas irregularidades” por que então a RADIOLA não contestou em ata sua identificação?

Ou ainda, o entendimento da recorrente quanto à exigência do “reco em parágrafos e linhas subsequentes” contidos no Edital. A mesma recorrente se contradiz quando justifica que essa obrigatoriedade nada tem haver com “reco” e sim, conforme a própria empresa escreve depois, “não consta qualquer menção à possibilidade de realizar a separação dos parágrafos por meio de espaçamento entre eles ou por meio da inclusão de linhas em branco”. Ora, estamos falando de duas coisas diferentes! A primeira que está em edital que é **reco** e a segunda, que a própria recorrente aponta, que **não há previsão em edital, nem que sim, nem que não, fala sobre “espaçamento entre parágrafos”**.

Aliás, a Recorrente se prende em coisas tão irrelevantes para diminuir a pontuação da então empresa melhor classificada. A pergunta que nos faz pensar é: Por que a recorrente não realizou uma análise técnica? Não questionou o que mais interessa nesta etapa do certame que é a proposta técnica atendida perfeitamente às necessidades do referido órgão.

Aliás, veja que nem mesmo a RADIOLA conseguiu atender o formalismo sendo citada por diversas empresas com “problemas” em sua apresentação como papéis em A3 no Repertório, textos no invólucro 1 **com espaçamento, tipologia em desconformidade e uso da caixa alta**, bem como verifica-se falha na impressão do Plano de Comunicação.

Para a certeza das coisas, segue imagem do Plano apresentado pela Recorrente:



E, ainda, quanto a falha na impressão apontada acima, segue imagem onde se observa que há texto como se tivesse sido xerocada e o outro impresso, causando possibilidade de identificação do envelope:

Padrões

... de página. Terá a função de conferir visibilidade... no Dia do Economista.

Valorização do economista junto à sociedade, aos... do economista junto à sociedade, aos próprios... do economista junto à sociedade, aos próprios... as vantagens da escolha da profissão para os... de página. Terá a função de conferir visibilidade e... na semana do Dia do Economista.

Página Dupla. (Ver se manteremos por estar fora do... a função de dar visibilidade e credibilidade para a... Banner 300X250, Banner de apoio 640X640... 728X90 pixels, 970X90 pixels. Leaderboard /... 30kb, Fullbanner (468X60) Peso máximo: 25kb, 30kb

Terão a função de estabelecer engajamento com o... Texto com até 115 caracteres, imagem em Jpeg. Todo o mês de agosto na página oficial do COFECON e atingir os vestibulandos, os estudantes de economia

principal para Facebook: Post com a o conceito... do economista junto à sociedade, aos próprios... em economia e finanças: Valorizar o registro no... igualmente a profissão e criar maior identidade com os... os ao registro.

imagem de balão (8x2 metros) com a aplicação em Tecido... para a base do COFECON. (600x800px)

DIÁ

... não mídia é dar suporte de audiência e cobertura... bidade qualificada para as iniciativas do COFECON -... ao público-alvo, com o melhor custo-benefício.

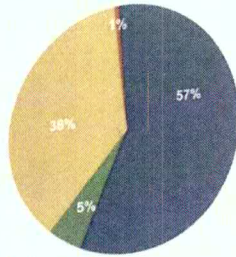
do plano de comunicação descritos no briefing, com linha criativa lúdica, defendida na estratégia de... de empatia da mensagem e os esforços de mídia... uma exposição ampla e adequada às necessidades de... cial de investimento do COFECON, decidimos adotar... credibilidade e a visibilidade dos veículos... mídia, vale ainda destacar o perfil do... por profissionais de economia... Médio e vestibulandos em... intercalada em maior



PLANILHA DE PRODUÇÃO

| Descrição | Quantidade | V |
|--------------------------------------|------------|-------|
| ão 2D 30" Lonção e trilha | 1 | R\$35 |
| ão efeitos, edição e trilha | 1 | R\$21 |
| k para o sorteio do passeio de balão | 1 | R\$23 |
| pepel 150g couche fosco formato A3 | 600 | R\$51 |
| | | R\$81 |

DISTRIBUIÇÃO DE VERBA DE PRODUÇÃO

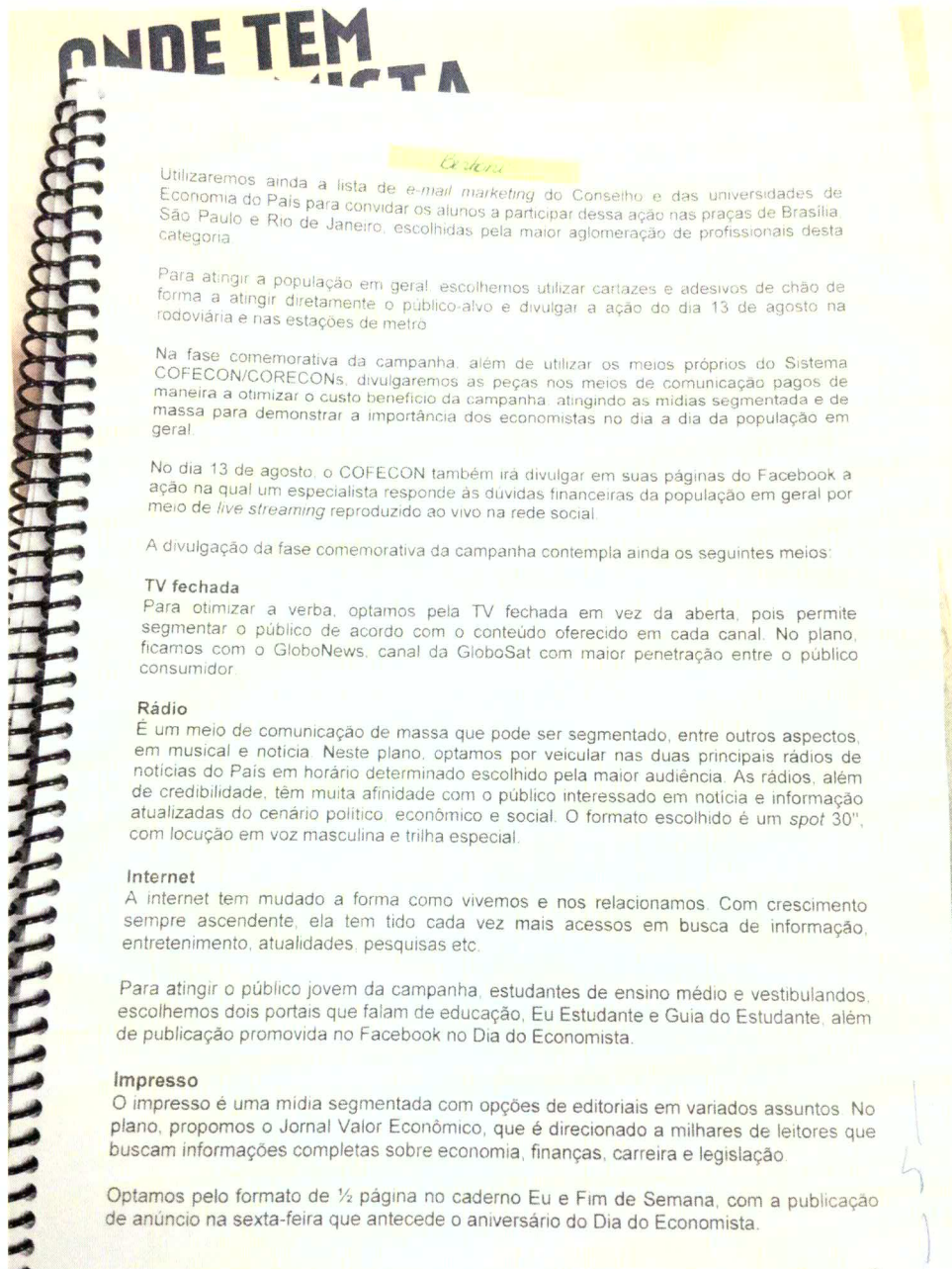


Com isso, verifica-se que a empresa Recorrente também não cumpriu “100% das regras editalícias”. Assim, seria correto um órgão ser extremamente rígido e DESCLASSIFICAR todas as recorrentes e onerar todas as participantes e inclusive o órgão? Ou apenas dar pontos negativos àquelas que não cumpriram 100% das determinações? Vejam que o certame seguiu de forma legítima, com acesso à todas as informações.

E, quanto a exposição da listagem de peças a serem produzidas, a Recorrida apresentou sua listagem e foi além, descrevendo cada peça dentro do contexto da licitação e não foi a única a apresentar desta forma. Ressalta que não entende o motivo de tal indicação

am

pois, não houve nenhuma violação ao Edital em tal quesito, sendo certo que outras empresas assim o fizeram, conforme imagem:



Por fim, entende a Recorrida que a r. Comissão foi extremamente coerente com a pontuação aplicada a cada licitante, pois não houve a indicação de pontuação máxima para nenhuma empresa participante, tendo sido todas penalizadas de alguma forma.

RMW

Além disso, necessário se faz entender que estamos diante da classificação técnica, faltando ainda os envelopes do preço e documentos de habilitação, merecendo de acordo com o argumentado acima, a manutenção da classificação apresentada pela r. Comissão.

DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

Após a análise da fundamentação fática a embasar os recursos apresentados, precisa-se atentar ao fato de que a empresa **Recorrida possui toda a capacidade técnica exigida, bem como apresentou seu plano de comunicação dentro das especificações constantes no edital.**

E para melhor compreensão do direito da recorrida, entende-se que dentre os princípios que são basilares da Administração Pública podemos destacar os princípios da Legalidade, o da Igualdade, Moralidade Pública e da Proporcionalidade.

Dessa forma, por mais simples que seja o ato que venha praticar a Administração Pública, seja ela direta ou indireta, este deve estar baseado e protegido por uma norma (*lato sensu*), caso contrário não teria eficácia.

A Administração Pública deve sempre pautar seus atos com base nos princípios norteadores do Direito Administrativo e outra não seria a aplicação nos casos de licitação. O artigo 3º da Lei Federal nº 8.666/93, assim dispõe:

“Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para administração, 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.”

Sabe-se que a licitação é um procedimento formal. Assim, o princípio da vinculação ao instrumento convocatório obriga a Administração a respeitar estritamente as regras que haja previamente estabelecido para disciplinar o certame, como aliás, está

mm

consignado no art. 41 da Lei 8.666. **No entanto, este princípio tem sido mitigado pelos Tribunais sob a fundamentação de evitar rigorismos formais nos processos licitatórios.**

Privilegiar meras omissões ou irregularidades formais na documentação, em detrimento da finalidade maior do processo licitatório, que é garantir a obtenção do contrato mais vantajoso para a Administração, resguardando os direitos dos eventuais contratados, é motivo desarrazoado para inabilitar ou desclassificar qualquer participante.

A doutrina posiciona nas lições de Marçal Justen Filho (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. São Paulo: Dialética, 2010, p. 230):

"Todas as exigências são o meio de verificar se o licitante cumpre os requisitos de idoneidade e se sua proposta é satisfatória e vantajosa. Portanto, deve-se aceitar a conduta do sujeito que evidencie o preenchimento das exigências legais, ainda quando não seja a estrita regulamentação imposta originariamente na lei ou no EDITAL. Na medida do possível, deve promover, mesmo de ofício, o suprimento de defeitos de menor monta. Não se deve conceber que toda e qualquer divergência entre o texto da lei ou do EDITAL conduz à invalidade, à inabilitação ou à desclassificação".

E, ainda, a doutrina de Hely Lopes Meirelles (MEIRELLES, Hely Lopes. Licitação e Contrato Administrativo. São Paulo: Malheiros, 1990, p.136):

"A desconformidade ensejadora da desclassificação da proposta deve ser substancial e lesiva à Administração ou aos outros licitantes, por um simples lapso de redação, ou uma falha inócua na interpretação do EDITAL, não deve propiciar a rejeição sumária da oferta. Aplica-se aqui a regra universal do utile per inutile non vitiatur, que o direito francês resumiu no pas de nullité sans grief. Melhor será que se aprecie uma proposta sofrível na apresentação, mas vantajosa no conteúdo, do que desclassificá-la por um RIGORISMO FORMAL e inconstentâneo com o

em

caráter competitivo da licitação". (Licitação e Contrato Administrativo, 9ª ed., Ed. RT, p. 136).

A jurisprudência do Tribunal de Contas da União, também no sentido, assim dispõe:

“Também não vislumbro quebra de isonomia no certame tampouco inobservância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Como já destacado no parecer transcrito no relatório precedente, o edital não constitui um fim em si mesmo, mas um instrumento que objetiva assegurar a contratação da proposta mais vantajosa para Administração e a igualdade de participação dos interessados. Sem embargo, as normas disciplinadoras da licitação devem sempre ser interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, a finalidade e a segurança da contratação” (Acórdão nº 366/2007).”

Segundo Marçal Justen Filho (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos – 8ª edição – Editora Dialética – fl. 477 e 478), (...) Acredita-se que o formalismo constitui princípio inerente a todo procedimento licitatório; no entanto, a rigidez do procedimento não pode ser excessiva a ponto de prejudicar o interesse público. A vinculação ao instrumento convocatório não é absoluta, sob pena de ofensa a competitividade. A Administração Pública não pode admitir ato discricionário que, alicerçada em rígida formalidade, rejeite licitantes e inviabilize o exame de um maior número de propostas. A desclassificação da licitante recorrente em razão de rigorismos formais, privilegiando a forma em detrimento de sua finalidade, frustra o caráter competitivo da seleção pública. Desta forma não há que se confundir procedimento formal com formalismo.

Outro não é o entendimento dos nossos Tribunais, vejamos:

“TRF-2 - APELAÇÃO EM MANDADO DE SEGURANÇA AMS 24378 RJ 99.02.01213-2 (TRF-2). Data de publicação: 11/11/2008. Ementa: ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. EMPRESA VENCEDORA DO CERTAME. INTERESSE PÚBLICO. SEGUNDO CERTAME COM MESMO OBJETO.

*DESACORDO COM AS SOLICITAÇÕES EDITALÍCIAS. IMPERIOSA NECESSIDADE DE ATENDIMENTO AO CRONOGRAMA DE OBRA. INTERESSE PÚBLICO. MENOR PREÇO. - **Apelação em mandado de segurança interposta por empresa desclassificada em licitação na modalidade CONCORRÊNCIA INTERNACIONAL, para projeto fabricação, fornecimento, montagem, instalação, teste e serviço de elevadores para o AIRJ. - A alegação de que a empresa classificada em primeiro lugar apresentou programa de entrega com um prazo bem superior ao determinado no edital, cai por terra, já que a Apelante, do mesmo modo, também estava em desacordo com o edital. A Comissão de licitação, em face do risco iminente de ver frustrar-se, novamente, o certame com a consequente desclassificação de todas as licitantes, com o já tinha acontecido no primeiro, com vistas ao interesse público, e para evitar maiores prejuízos na programação de entrega dos equipamentos objeto da licitação, resolveu aceitar os cronogramas apresentados para posterior adaptação às necessidades editalícias, escolhendo, então, a proposta de menor preço. - Recurso não provido.**" (nossos os grifos)*

Ao que se tem do **precedente acima**, em decorrência da necessidade de não se frustrar o certame, entendeu a r. Comissão do caso por ACEITAR os cronogramas apresentados, uma vez que todos estavam em dissonância com o Edital e dar prosseguimento a Licitação.

Com base no acima exposto, outro não é o caso da presente licitação. Todas as empresas apresentaram incoerências quando da apresentação dos envelopes, **o que não gerou a identificação das mesmas na licitação**, tendo sido pontuadas de forma objetiva pela r. Comissão Técnica, com a penalização nas notas, gerando total lisura ao certame.

DO PEDIDO

Diante ao exposto, a **ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA – EIRELI - EPP** requer seja julgado improvido todos os recursos apresentados, mantendo a decisão que declarou a recorrida melhor classificada na qualificação técnica.

Termos em que, espera deferimento.

Brasília/DF, 24 de maio de 2016


CAROLINA BAZZI MORALES