

**ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
DO MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES – MCOM.**

Ref.: Concorrência Pública n.º 01/2021

CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 05.893.556/0001-78, com sede na SHIS QI 09/11 Bloco L sala 106 Ed. Dona Marta XIX, Lago Sul, Brasília - DF, CEP 71.625-125, com endereço eletrônico em contato@calixpropaganda.com.br, vem, respeitosamente, por intermédio de seu representante legal, cf. procuração anexa, à presença de Vossa Senhoria, interpor

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interpostos pelas licitantes **ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING S.A.** e **PROPEG COMUNICAÇÃO S.A.**, qualificadas no âmbito da concorrência pública numerada em epígrafe, nos termos do item 22.2 do Edital, do artigo 11, § 4º, VIII, da Lei n.º 12.232/2010 e do artigo 109, § 3º, da Lei n.º 8.666/1993, pelos fatos e fundamentos técnicos e jurídicos a seguir expostos.

Estas contrarrazões têm por objetivo impugnar os fundamentos e os pedidos apresentados nos recursos das licitantes **ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING S. A.** e **PROPEG COMUNICAÇÃO S.A.**, para fins de majorar a pontuação da proposta técnica da **CÁLIX** e reduzir a pontuação das propostas técnicas das Recorrentes.

I. CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO INTERPOSTO PELA LICITANTE ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING S.A.

1. A Subcomissão Técnica, ao avaliar o Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da proposta da licitante **ESCALA** atribuiu-lhe nota 5/10, sob a seguinte justificativa:

Atendeu parcialmente aos atributos do quesito. O Relato 2 (Sebrae RS) não é apresentação de solução publicitária, conforme requisito do Edital subitem 11.10 e 11.10.3



2. Não resignada com o juízo da Subcomissão, a ESCALA interpôs Recurso Administrativo, alegando sobre este ponto, em suma, que o seu Relato 2, intitulado “SEBRAE RS - Projeto Youtube” teria contemplado os requisitos do Edital, tendo sido considerado como “Relato” em outras licitações. Afirma, ainda, que a Subcomissão não teria definido uma caracterização aos documentos apresentados pela licitante, e que isso teria prejudicado a sua defesa.

3. Ocorre que, da análise tanto do Relato em questão (“SEBRAE RS - Projeto Youtube”) quanto do Recurso apresentado pela ESCALA, não é possível concluir que se trata de um “Relato de Solução de Problemas de Comunicação”. Isto é, **o referido documento apresentado pela ESCALA como “Relato”, a saber, “SEBRAE RS - Projeto Youtube”, não contempla os requisitos do Edital e, por isso, é justa e correta a sua desconsideração pela Subcomissão Técnica.**

4. O referido documento diz respeito ao contrato SEBRAE - CT 432/0 - 2018, assinado pela Gestora de Negócios da licitante Escala, Sra. Bianca Gelatti, e atestado pela Gerência de Relacionamento com Clientes e Operações do SEBRAE/RS, representada pela Sra. Maria Alana Brinker de Oliveira. Ocorre que, apesar de respeitar os requisitos formais (como número de páginas, informações dos assinantes e data), é forçoso reconhecer que tal documento não satisfaz materialmente as diretrizes editalícias.

5. Como se sabe, o Quesito “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” trata da comprovação, pelos licitantes, de que, em ocasiões pretéritas, elaboraram soluções de publicidade para sanar, satisfatoriamente, problemas de comunicação dos clientes/contratantes.

6. Sobre esse Quesito o Edital da presente Concorrência dispõe:

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- a) deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela SECOM, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- e
- d) deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.



7. Para avaliar os Relatos, o Edital fornece os seguintes critérios à Subcomissão Técnica:

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

[...]

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a **evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;**
- b) a **demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;**
- c) a **complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; e**
- d) o **encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.**

8. Veja-se, portanto, que para auferir a pontuação no Quesito, os licitantes devem comprovar que elaboraram **soluções publicitárias** e que essas foram implementadas pelos clientes dos licitantes, de acordo com o item 11.10.2 do edital. Em última análise, importa que as soluções publicitárias tenham bastado para resolver satisfatoriamente os problemas comunicacionais desses clientes.

9. Para tanto, segundo o trecho supracitado do Edital, a licitante deve apresentar Relato que comprove (item 12.2.4): **a)** o planejamento estratégico por parte do licitante quanto à proposição de soluções publicitárias; **b)** que as soluções concebidas efetivamente contribuíram para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; **c)** que o desafio de comunicação era dotado de complexidade e que os resultados obtidos foram relevantes. Essa demonstração deve vir exposta em um encadeamento lógico (item 12.2.4, **d)** que permita identificar os referidos atributos, sendo a exposição em si também objeto de avaliação.

10. Com esses critérios em mente, considere-se, portanto, o Relato 2 da licitante ESCALA.

11. A primeira característica que chama a atenção é o fato de que o **problema descrito, em realidade, já traz a própria solução para o que seria “problemático”**. **Isto é, não se trata de um autêntico desafio de comunicação que demanda solução publicitária.** Trata-se de algo muito mais simples do que isso. Senão vejamos:



O problema

O Sebrae precisava aumentar a presença de marca (conhecimento e lembrança), tanto nos mercados em que está presente, como em novos mercados, para gerar interesse pelos produtos e fluxo para o site.

12. Como se pode ler, o dito “problema” é em realidade uma demanda muito específica do cliente: “O Sebrae precisava aumentar a presença de marca [...] para gerar interesse pelos produtos e fluxo para o site”. Está claro o que o Sebrae demandava e o meio pelo qual almejava alcançar a demanda.

13. A demonstração dessa premeditada clareza de meios e objetivos e, portanto, a ausência de um problema publicitário, fica evidente pela descrição da “solução” proposta, a saber: uma reestruturação do canal do Sebrae no Youtube (!).

A solução

Foi feita uma reestruturação do canal do Sebrae, no Youtube, buscando manter os clientes conectados e engajados com a marca, ampliando o universo de conversa do Sebrae, impactando novos públicos. Após uma análise da concorrência, foram definidos direcionais estratégicos, que levaram a uma organização das editorias e da frequência de postagem de conteúdo. Foram definidas as personas, as premissas para a produção do conteúdo e criadas as editorias “Sebrae Trends”, “Sebrae Visita”, “Como eu Faço”, “Sebrae Voices”, “Coach Sebrae” e “Cursos e Palestras”.

14. Ora, como se pode ver nas descrições acima, **não existe NENHUM desafio de comunicação ou solução publicitária no Relato da licitante ESCALA**. Em ambas as situações, não existe NENHUM trabalho conceitual de publicidade. **O suposto “problema” e “solução” nada mais são do que atividades de marketing digital**, e que não exigem nenhuma elaboração publicitária conceitual, acompanhada de criação de mensagem, estudos de público-alvo, e todas as demais etapas que uma autêntica campanha publicitária demandaria.

15. Como se não bastasse a ausência de problema e solução publicitária, **os resultados descritos pela licitante são incapazes de demonstrar o suposto sucesso da ação**.



Resultados alcançados:

- Setembro 2019

5,2 mil inscritos

5,9 mil total de views

123 likes

3 vídeos

- Março 2020

6.310 mil inscritos

32.124 mil total de views

2.042 likes

641 vídeos

16. Novamente, fica flagrante que não se trata de qualquer desafio de comunicação e solução publicitária, visto que o suposto “êxito” nos resultados é medido em *inscritos, views, likes e vídeos*. Se “*inscritos, views, likes e vídeos*” fossem parâmetros para medir êxito de campanhas publicitárias, seria preciso reconhecer em *Youtubers*, como Whindersson Nunes (43,7 milhões de inscritos) ou Camila Loures (13,9 milhões de inscritos), ou ainda o Canal KondZilla (65,4 milhões de inscritos), grandes exemplos de publicitário(a) ou agência de publicidade de sucesso. A despeito do tom anedótico, esse raciocínio ao absurdo apenas demonstra quão impróprio é o critério descrito no referido Relato.

17. Mas ainda que se considere tais parâmetros como legítimos para avaliar uma ação publicitária, há que se concluir que não houve demonstração de que a suposta “solução publicitária” teria contribuído para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente.

18. Veja-se que, para solucionar o suposto problema descrito, a licitante ESCALA propôs ações que se limitaram e se restringiram ao canal do cliente na plataforma YouTube. Consequentemente, **os resultados apresentados não mensuram sucesso ou fracasso frente ao problema** (“necessidade de aumentar a presença da marca para gerar interesse por produtos e fluxo para o site”), **uma vez que se afere apenas a quantidade de inscritos, views, curtidas e de vídeos na Plataforma Youtube.**

19. Ou seja, trata-se meramente de uma métrica de quantidade que não demonstra se foi ou não gerado maior interesse por produtos e fluxo para o site do Sebrae. Soma-se a isso o fato de que o Relato carece de qualquer ferramenta capaz de retratar o comportamento do público-alvo da campanha após as ações implementadas. Não há sequer a indicação da realização de pesquisas.

20. Perceba-se, então, que a situação descrita limita-se a reportar uma mera **reestruturação do canal do YouTube**, o que, por si só, não satisfaz o suposto problema de comunicação e muito menos se constitui como uma solução publicitária. Isso significa que não há o preenchimento de NENHUM dos requisitos



do item 12.2.4 do Edital e, por isso, assiste total razão à Subcomissão Técnica em desconsiderar o referido "Relato" da licitante ESCALA.

21. Assim, na intenção de responder o questionamento da Recorrente, o referido documento poderia ser considerado como um atestado de serviços de marketing digital prestados ou, ainda, algum tipo de serviço digital, porém, não perfaz autêntica Solução de Problema de Comunicação.

22. Essa afirmação, inclusive, toma por base a própria documentação acostada pela ESCALA, que comprova que o Relato não se refere a serviços de publicidade, mas a serviços digitais (mídias online). Leia-se o objeto do Contrato firmado entre a ESCALA e o SEBRAE-RS:

CT 432/0-2018

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo, com sede à Rua Sete de Setembro n.º 555, CEP 90010-190, em Porto Alegre - RS, inscrito no CNPJ sob n.º 87.112.736/0001-30, neste ato representado por seu Diretor Superintendente em exercício e Diretor de Administração e Finanças, Sr. Carlos Alberto Schütz, inscrito no RG sob n.º 5004836622 e CPF sob n.º 182.014.740-15, e por seu Diretor Técnico, Sr. Ayrton Pinto Ramos, inscrito no RG sob n.º 3000873095 e CPF sob n.º 434.327.350-49, doravante denominado **CONTRATANTE**, e **ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**, sociedade empresária limitada, com sede a Avenida Carlos Gomes n.º 300, salas 201, 202, 301 e 302, em Porto Alegre – RS, inscrita no CNPJ sob n.º 90.771.544/0001-40, neste ato representada por seu Sócio, Sr. Miguel Angelo de Luca, inscrito no CPF n.º 192.022.610-91, e por seu Diretor Financeiro, Sr. Rodrigo Minella Dipp, inscrito no CPF sob n.º 991.332.100-04, doravante denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente instrumento, aprovada a contratação pela Diretoria Executiva do **SEBRAE/RS** em 7 de dezembro de 2018, que se regerá pelo Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema **SEBRAE**, pelos termos contidos no Processo Administrativo n.º 049/2018 – **CONCORRÊNCIA N.º 03/2018** e pelas cláusulas e condições seguintes:

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de mídia online para o **CONTRATANTE**.

Parágrafo Único: A prestação de serviços atenderá ao disposto no Edital de **CONCORRÊNCIA N.º 03/2018** e seus Anexos, no Anexo do presente instrumento e as disposições constantes da legislação aplicável.

23. E para que não reste qualquer dúvida, veja-se trecho do Edital da Concorrência n.º 03/2018 promovida pelo SEBRAE-RS, da qual a ESCALA sagrou-se vencedora, em que fica claro que não se trata de contratação de serviços de publicidade, conforme a Lei n.º 12.232/2010:



**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 003/2018**

1. DA MODALIDADE

1.1 1.1 O SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 555, CEP 90010-190, em Porto Alegre - RS, inscrito no CNPJ sob nº 87.112.736/0001-30, através da sua Gerência de Administração e Suprimentos, torna público que, nos termos do Regulamento de Licitações e Contratos do SEBRAE/RS, publicado no Diário Oficial da União do dia 26/05/2011, artigos 42 a 45 da Lei Complementar 123/2006 e legislação correlata promoverá licitação na modalidade CONCORRÊNCIA e tipo TÉCNICA E PREÇO, observadas as condições estabelecidas neste instrumento convocatório.

Data: 25/04/2018
Hora: 10 horas
Local: Rua Sete de Setembro, 555, centro de Porto Alegre/RS

1.2 Os envelopes que não forem entregues na sessão poderão ser encaminhados pelo correio, aos cuidados da Comissão Especial de Licitação – Presidente Vanessa da Costa Marques, para o endereço Rua Sete de Setembro, 555, térreo, Bairro Centro, Porto Alegre/RS, CEP 90010-190, impreterivelmente até o horário e data acima estipulados.

1.3 Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão obrigatoriamente o horário de Brasília – DF.

2. DO OBJETO

2.1 CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA PRESTAR SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO E MONITORAMENTO DE SEO, LINKS PATROCINADOS, MÍDIA DISPLAY, SOCIAL MEDIA, SOCIAL MEDIA ADS, E-MAIL MARKETING, WEB ANALYTICS E BUSINESS INTELLIGENCE COM O OBJETIVO EXTRAIR O MÁXIMO DE PERFORMANCE DA PRESENÇA DIGITAL DO SEBRAE/RS, PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, conforme especificações constantes neste Edital e seus Anexos.

24. Os excertos do Edital e do Contrato acima demonstram de forma cabal que os serviços prestados pela ESCALA ao SEBRAE-RS não foram serviços de publicidade, mas, sim, serviços de marketing e monitoramento digital, “com o objetivo de extrair o máximo de performance da presença digital do SEBRAE-RS” (vide o “Objeto” do Edital acima).

25. Ante os argumentos expostos e a evidente inexistência de qualquer Solução de Problema de Comunicação no referido Relato 2, faz-se necessário o desprovemento do Recurso da licitante ESCALA, sendo mantida a avaliação da Subcomissão Técnica neste ponto da proposta da Recorrente.

II. CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO INTERPOSTO PELA LICITANTE PROPEG COMUNICAÇÃO S.A.

26. A licitante PROPEG, em seu recurso administrativo, alega erroneamente que, de todas as licitantes que participaram da presente Concorrência, ela teria sido a única que relacionou os heróis e os cidadãos brasileiros:



A Propeg foi a única agência que trouxe este elemento com protagonismo na campanha, fazendo um paralelo com os brasileiros atuais (o cidadão como protagonista e parte da história), compondo um destaque de originalidade que deve ser reconhecido.

Página n.º 11 do recurso administrativo da licitante PROPEG

27. O caráter errôneo desta alegação repousa sobre o fato de que a CÁLIX também relacionou os heróis e os cidadãos brasileiros e, não obstante, fê-lo sem incorrer nos erros nos quais a licitante PROPEG incorreu. Vejam-se, por exemplo, as peças n.º 5, 6, 7 e 9, da CÁLIX, sem prejuízo das demais, sem exceção.

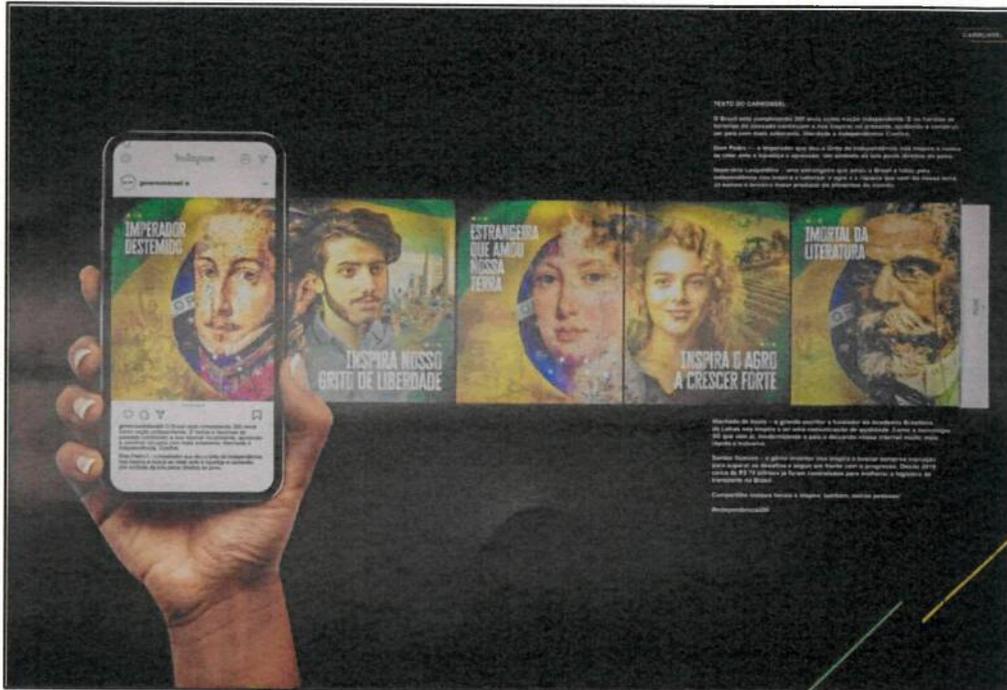
28. Na peça n.º 5, Filtro para Stories, da CÁLIX, relacionam-se Maria Quitéria, combatente da Guerra da Independência do Brasil, os pracinhas do Exército Brasileiro que lutaram na Segunda Guerra Mundial e Santos Dumont, inventor brasileiro, com os cidadãos brasileiros:



Peça n.º 5, Filtro para Stories, da CÁLIX

29. Na peça n.º 6, Carrossel, da CÁLIX, relacionam-se Dom Pedro I (imperador do Brasil), Maria Leopoldina (imperatriz do Brasil de 1822 a 1826), Maria Quitéria (combatente da Guerra da Independência do Brasil), Machado de Assis (escritor brasileiro), Alberto Santos Dumont (inventor brasileiro), e os cidadãos brasileiros:





Peça n.º 6, Carrossel, da CÁLIX



Peça n.º 6, Carrossel, da CÁLIX

30. Na peça n.º 7, Painel DOOH 30", da CÁLIX, relacionam-se os pracinhas do Exército Brasileiro que lutaram na Segunda Guerra Mundial e os médicos que enfrentam a pandemia de COVID-19:



Handwritten signature



Peça n.º 7, Painel DOOH 30", da CÁLIX



Peça n.º 7, Painel DOOH 30", da CÁLIX



A handwritten signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page.



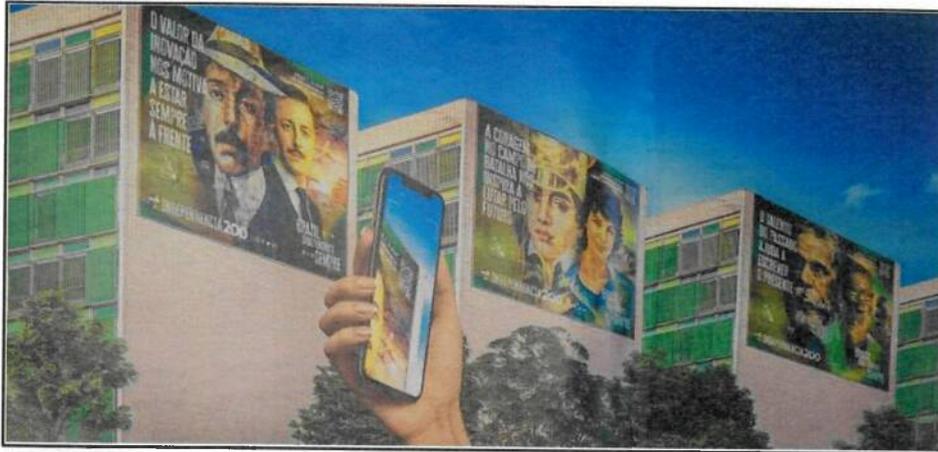
Peça n.º 7, Painel DOOH 30", da CÁLIX

31. Na peça n.º 9, Empenas Sequenciais, da CÁLIX, relacionam-se Maria Leopoldina (imperatriz do Brasil de 1822 a 1826), Maria Quitéria (combatente da Guerra da Independência do Brasil), Machado de Assis (escritor brasileiro), Alberto Santos Dumont (inventor brasileiro), com os cidadãos brasileiros:



Peça n.º 9, Empenas Sequenciais, da CÁLIX





Peça n.º 9, Empenas Sequenciais, da CÁLIX



Peça n.º 9, Empenas Sequenciais, da CÁLIX

32. Ora, se a licitante PROPEG pretendeu, no recurso administrativo que interpôs, destacar-se como a mais original dentre as licitantes, justificando, assim, a majoração da nota da própria Proposta Técnica, resta claro que a alegação é infundada e absolutamente equivocada, porque a CÁLIX também relacionou heróis e cidadãos brasileiros.

33. Assim, ante as informações acima, deve-se desconsiderar o Recurso da licitante PROPEG, se essa buscou a majoração de sua nota exclusivamente por alegar, de modo equivocado, que teria sido a única a relacionar heróis e cidadãos brasileiros na sua Proposta Técnica, uma vez que a CÁLIX também o fez e com melhor qualidade técnica.

34. Conclui-se, portanto, que é falso o fundamento do recurso administrativo da licitante PROPEG, no que tange à sua suposta “exclusiva



originalidade” em relacionar heróis brasileiros do passado com cidadãos contemporâneos. Neste ponto, não importa se a falsidade da alegação repousa em ignorância ou má-fé. O fato de ser uma alegação falsa a torna inepta a ser acolhida por decisão administrativa, em atenção à teoria dos motivos determinantes.¹

35. Por conseguinte, não se deve deferir o pedido de majoração da pontuação da licitante PROPEG, com fundamento na falsa alegação de suposta “exclusividade criativa”, porque, do contrário, dar-se-ia ensejo à decisão administrativa ilegal, uma vez que assentada sobre motivos falsos.

36. Para além do fato de que o fundamento do recurso administrativo da licitante PROPEG é falso, deve-se, também, observar que as peças da licitante PROPEG comprometem a adesão do público-alvo da campanha a ela.

37. Isso porque a relação entre os heróis e os cidadãos brasileiros é feita por meio de homônimos — o que distancia a vasta maioria do público-alvo, que não compartilha o nome com esses heróis —, e porque os elementos visuais característicos desses heróis não foram transpostos, sequer minimamente, aos cidadãos brasileiros representados nas peças.

38. Veja-se, por exemplo, que, nas peças da Ideia Criativa da CÁLIX, os traços identitários dos heróis brasileiros foram transpostos para os cidadãos brasileiros — como, por exemplo, o *chapéu Panamá* de Alberto Santos Dumont, o bigode e o monóculo de Machado de Assis, o bigode e o penteado de cabelo de Dom Pedro I e o chapéu de Maria Quitéria, dentre outros. Essa transposição não foi feita nas peças da Ideia Criativa da licitante PROPEG, dependendo a adesão do público-alvo à campanha tão somente da correlação dos homônimos.

39. Adicionalmente, a interpretação da mensagem veiculada também fica comprometida pelo fato de que o público-alvo deve ler por completo o nome indicado em letras miúdas na peça para, então, rememorando o nome dos heróis brasileiros, fazer a ilação adequada. Ou seja, uma associação demasiadamente complexa e sem qualquer facilitação visual.

40. Esse problema está ausente nas peças da Ideia Criativa da CÁLIX, porque, além do nome dos heróis, preservam-se os traços identitários deles, facilitando e dinamizando, assim, a interpretação da mensagem de que o povo, como um todo, é heroico e participa da independência, até mesmo atualmente, do Brasil.

¹ Sobre a teoria dos motivos determinantes, veja-se: MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de direito administrativo**. 32. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2015, p. 412; MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito administrativo brasileiro**. 24. ed. atual. São Paulo: Malheiros, 1999, p. 181-182.



41. Além de tudo, a paleta de cores das peças do subquesto Ideia Criativa da CÁLIX é mais equilibrada — porque se utiliza de cores complementares que contrastam harmoniosamente entre si — do que aquelas utilizadas pela licitante PROPEG.

42. Veja-se abaixo algumas das peças da PROPEG em que se comprova a sobredita má harmonização de cores:



Peça nº 4 da Proposta Técnica da Licitante Propeg



Peça nº 5 da Proposta Técnica da Licitante Propeg



43. Em suma, deve-se **indeferir o pedido de majoração da nota da Proposta Técnica da licitante PROPEG** formulado no recurso administrativo interposto pela licitante PROPEG, porque o fundamento desse pedido é falso e porque, para lograr majoração de nota, a referida licitante faltou severamente com a verdade; e **minorar a nota da Proposta Técnica da licitante PROPEG**, uma vez que, comprovadamente, as peças da Ideia Criativa da Proposta Técnica são tecnicamente precárias, impedindo a correta adesão do público-alvo à campanha e tornando árdua a compreensão da mensagem veiculada.

III. REQUERIMENTOS.

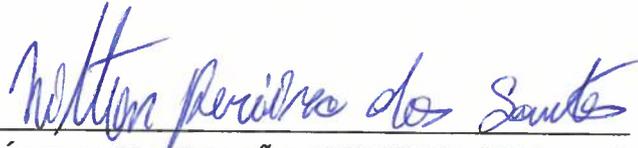
44. Em face do exposto, requer-se:
- a. O recebimento destas Contrarrazões aos Recursos Administrativos interpostos pelas licitantes ESCALA e PROPEG, nos termos do item 22.2 do Edital, do artigo 11, § 4º, VIII, da Lei n.º 12.232/2010 e do artigo 109, § 3.º, da Lei n.º 8.666/1993;
 - b. O provimento destas Contrarrazões aos Recursos Administrativos interpostos pelas licitantes ESCALA e PROPEG para efeitos de:
 - i. **Indeferir** o Recurso Administrativo interposto pela licitante **ESCALA**, ante a evidente inexistência de qualquer Solução de Problema de Comunicação no referido Relato 2 da Recorrente, mantendo-se a avaliação da Subcomissão Técnica neste ponto;
 - ii. **Indeferir** o Recurso Administrativo interposto pela licitante **PROPEG** na parte em que se assenta sobre alegação falsa, uma vez que a licitante PROPEG não foi a única licitante a relacionar os heróis e os cidadãos brasileiros;
 - iii. **Reduzir** a nota da Proposta Técnica da licitante **PROPEG** no Subquesto Ideia Criativa, porque a precariedade técnica das peças apresentadas impede a adesão



do público-alvo à campanha e a
compreensão da mensagem veiculada.

Pede-se deferimento nos termos acima expostos.

Brasília/DF, 11 de março de 2022.



CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.

Assinado por Nilton Pereira dos Santos





Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços
Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa
Departamento de Registro Empresarial e Integração

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)

NIRE (da sede ou filial, quando a sede for em outra UF)

53202391365

Código da Natureza Jurídica

2062

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

1 - REQUERIMENTO

ILMO(A). SR.(A) PRESIDENTE DA Junta Comercial, Industrial e Serviços do Distrito Federal

Nome: CALIX COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA

(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº FCN/REMP



DFN2176597598

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1	002			ALTERACAO
		051	1	CONSOLIDACAO DE CONTRATO/ESTATUTO
		2001	1	ENTRADA DE SOCIO/ADMINISTRADOR
		2247	1	ALTERACAO DE CAPITAL SOCIAL
		2003	1	ALTERACAO DE SOCIO/TITULAR / ADMINISTRADOR

BRASILIA

Local

6 Maio 2021

Data

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:

Nome: _____

Assinatura: _____

Telefone de Contato: _____

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL

DECISÃO SINGULAR

DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) igual(ais) ou semelhante(s):

SIM

SIM

Processo em Ordem À decisão

_____/_____/_____
Data

NÃO

_____/_____/_____
Data

Responsável

NÃO

_____/_____/_____
Data

Responsável

Responsável

DECISÃO SINGULAR

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

_____/_____/_____
Data

Responsável

DECISÃO COLEGIADA

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

_____/_____/_____
Data

Vogal

Vogal

Vogal

Presidente da _____ Turma

OBSERVAÇÕES

Junta Comercial, Industrial e Serviços do Distrito Federal
Certifico registro sob o nº 1684837 em 07/05/2021 da Empresa CALIX COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA, CNPJ 05893556000178 e protocolo DFN2176597598 - 06/05/2021. Autenticação: CFA411C34E1C71E3EDD3A8E83E80B426AAC9BD95. Maxmilian Patriota Carneiro - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucis.df.gov.br> e informe nº do protocolo 21/061.337-8 e o código de segurança TZ1a Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 24/02/2022 por Maxmilian Patriota Carneiro – Secretário-Geral.



PRIMEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL E CONSOLIDAÇÃO

CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA

MARCELLO DE OLIVEIRA LOPES, brasileiro, empresário, casado sob regime comunal parcial de bens, natural do Rio de Janeiro/RJ, nascido em 24/10/1972, portador da Carteira de Identidade 1.233.025 SSPDF expedida em 12.07.2007 e CPF nº. 579.599.861-34, filho de Afonso de Souza Nogueira Lopes e Marli Antônia de Oliveira Lopes, residente e domiciliado à SQS 104, Bloco G, Apt. 505, Asa Sul, Brasília/DF, CEP: 70.343-070.

Único sócio da empresa denominada “**CÁLIX SERVIÇOS DE PUBLICIDADE LTDA**”, devidamente registrada na JCDF, sob nº 5320239136-5, em 11/09/2003, inscrita no CNPJ sob nº 05.893.556/0001-78 com sede no SHIS QI 09/11, Bloco L, Salas 105 e 106, Edifício Dona Marta XIX, Lago Sul, Brasília/DF, CEP: 71.625-125; **filial nº 01**: situada na Avenida João Cabral de Mello Neto 850, Bloco 2, Salas 1105 e 1106, Edifício CEO – Corporate Executive Offices, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro/RJ, CEP: 22.775-057, devidamente registrada na Junta Comercial do Rio de Janeiro, sob NIRE nº 339.0102940-5, inscrita no CNPJ nº 05.893.556/0002-59, RESOLVE alterar e consolidar o seu contrato social e o fazem mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLAUSULA PRIMEIRA – DA ADMISSÃO DE SÓCIO

Admite-se na sociedade a sócia Pessoa Jurídica:

TMOL – TECNOLOGIA E MARKETING OVER LIMITE EIRELI, estabelecida à SHIS QI 09/11, Bloco L, Sala 106, Parte B, Edifício Dona Marta XIX, Lago Sul, Brasília/DF, CEP: 71.625-125, inscrita no CNPJ nº 30.193.631/0001-35 e registrada na Junta Comercial do Distrito Federal sob NIRE nº 5360028063-6 em 13/04/2018, representada por sua Titular **TATIANA CARDOSO DE SOUZA LOPES**, brasileira, empresária, casada sob o regime de comunal parcial de bens, natural de Brasília/DF, nascida em 05/04/1984, portadora da CNH nº 02356497991 DETRAN/DF expedida em 05/07/2017 e do CPF nº 002.227.671-89, filha de Nivaldo Pereira de Souza e Maria de Fátima Cardoso de Souza, residente e domiciliada à SQB 01, Bloco B, Apt. 402, Guara I, Brasília/DF, CEP: 71.009-015

CLÁUSULA SEGUNDA – DO AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL

O capital social que é de R\$ 1.000.000,00 (um milhão reais) divididos em 1.000.000 (um milhão) de quotas, totalmente integralizado em moeda corrente do País, fica neste ato aumentado para R\$ 2.487.000,00 (dois milhões, quatrocentos e oitenta e sete mil reais) divididos em 2.487.000 (dois milhões, quatrocentos e oitenta e sete mil) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente do País, sendo o aumento de R\$ 1.487.000,00 (um milhão, quatrocentos e oitenta e sete mil reais), valor este conforme previsão de AFAC (Adiantamento para Futuro de Aumento de Capital) de acordo com Balanço Patrimonial devidamente registrado na JUCIS/DF em 31/12/2020, totalmente integralizados pelos sócios da seguinte forma:

- a) O sócio **MARCELLO DE OLIVEIRA LOPES** já qualificado no preambulo deste instrumento, integraliza o valor de R\$ 99.000,00 (noventa e nove mil reais) divididos em 99.000 (noventa e nove mil) quotas.
- b) A sócia Pessoa Jurídica **TMOL – TECNOLOGIA E MARKETING OVER LIMITE EIRELI** representada por sua titular **TATIANA CARDOSO DE SOUZA**, já qualificada no preambulo deste instrumento, integraliza neste ato o valor de R\$ 1.388.000,00 (um milhão, trezentos e oitenta e oito mil reais) divididos em 1.388.000 (um milhão trezentos e oitenta e oito) quotas.



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Distrito Federal

Certifico registro sob o nº 1684837 em 07/05/2021 da Empresa CALIX COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA, CNPJ 05893556000178 e protocolo DFN2176597598 - 06/05/2021. Autenticação: CFA411C34E1C71E3EDD3A8E83E80B426AAC9BD95. Maxmilian Patriota Carneiro - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucis.df.gov.br> e informe nº do protocolo 21/061.337-8 e o código de segurança TZLa Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 24/02/2022 por Maxmilian Patriota Carneiro – Secretário-Geral.

MAXMILIAN PATRIOTA CARNEIRO
SECRETÁRIO GERAL

de R\$ 1,00 (um real) cada uma, valor este conforme previsão de AFAC (Adiantamento para Futuro de Aumento de Capital) de acordo com Balanço Patrimonial devidamente registrado na JUCIS/DF em 31/12/2020, fica distribuídos entre os sócios da seguinte forma:

SÓCIOS	Quotas	%	R\$
MARCELLO DE OLIVEIRA LOPES	1.099.000	45%	R\$ 1.099.000,00
TMOL – TEC. E MARK. OVER LIM. EIRELI	1.388.000	55%	R\$ 1.388.000,00
TOTAL	2.487.000	100%	R\$ 2.487.000,00

CLÁUSULA SEXTA – DE PREFERÊNCIA DE QUOTAS

As quotas são indivisíveis e não podem ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do (a) sócio (a), a quem fica assegurado (a), em igualdade de condições e preço, direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, com assinatura das sócias cedentes e adquirentes, se realizada a cessão delas, mediante alteração contratual.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA RESPONSABILIDADE

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA OITAVA – DA RESPONSABILIDADE DO ADMINISTRADOR

A administração da sociedade cabe ao sócio:

MARCELLO DE OLIVEIRA LOPES, brasileiro, empresário, casado sob regime comunhão parcial de bens, natural de Rio de Janeiro/RJ, nascido em 24.10.1972, portador da Carteira de Identidade 1.233.025 SSPDF expedida em 12.07.2007 e CPF nº. 579.599.861-34, filho de Afonso de Souza Nogueira Lopes e Marli Antônia de Oliveira Lopes, residente e domiciliado à SQS 104, BLOCO G, APARTAMENTO 505, ASA SUL, BRASÍLIA/DF, CEP: 70.343-070.

Com os poderes e atribuições de assinar, representar a pessoa jurídica isoladamente, autorizado o uso do nome empresarial diante de instituições financeiras, movimentar contas bancárias, diante de órgãos públicos, federais, estaduais e municipais e Governo do Distrito Federal, admitir ou demitir empregados e tomar decisões ligadas à administração e a gestão dos negócios, vedado a utilização do nome empresarial em atividades estranhas ao interesse social.

Fica autorizado neste ato, o administrador assumir obrigações, adquirir, vender, alienar ou comprar, bens móveis e imóveis em nome da empresa.

CLÁUSULA NONA – DO DESIMPEDIMENTO

O administrador declara, sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA PRESTAÇÃO DE CONTAS E DISTRIBUIÇÃO DE RESULTADOS

Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial, demonstração do resultado de exercício onde definirá o lucro do período, cabendo aos sócios a retirada de lucros ou a responsabilidade pelas perdas apuradas nos demonstrativos contábeis na proporção de suas quotas.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA APROVAÇÃO DAS CONTAS

Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, até 30 de abril, os sócios deliberarão sobre as contas, e, se necessário, designarão administrador (es).





JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO DISTRITO FEDERAL

Registro Digital

Documento Principal

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/061.337-8	DFN2176597598	06/05/2021

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
579.599.861-34	MARCELLO DE OLIVEIRA LOPES	06/05/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br		
Selo Ouro - Certificado Digital		

002.227.671-89	TATIANA CARDOSO DE SOUZA LOPES	06/05/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br		
Selo Ouro - Certificado Digital		



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Distrito Federal



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Distrito Federal

Certifico registro sob o nº 1684837 em 07/05/2021 da Empresa CALIX COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA, CNPJ 05893556000178 e protocolo DFN2176597598 - 06/05/2021. Autenticação: CFA411C34E1C71E3EDD3A8E83E80B426AAC9BD95. Maxmiliam Patriota Carneiro - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucis.df.gov.br> e informe nº do protocolo 21/061.337-8 e o código de segurança TZIa. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 24/02/2022 por Maxmiliam Patriota Carneiro – Secretário-Geral.

MAXMILIAM PATRIOTA CARNEIRO
SECRETÁRIO GERAL



JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO DISTRITO FEDERAL

Registro Digital

O ato foi deferido e assinado digitalmente por :

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
702.261.211-00	MAXMILIAM PATRIOTA CARNEIRO



Brasília, sexta-feira, 07 de maio de 2021




REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
 CONSTITUCION DAS CIDADAS
 DI PARLIAMENLO NACIONAL DE BRASILLIO
 CARREIRA NACIONAL DE HABILITACAO

NILTON PEREIRA DOS SANTOS
 DOC IDENTIDADE / ORG. EMISSOR / UF
 5375987 SPTC GO
 CPF 024.839.101-14 DATA NASCIMENTO 10/09/1988
 FILIACAO NILTON PEREIRA DOS SANTOS
 VANILDE PEREIRA DA SILVA SANTOS
 INSCRIÇÃO ACC 09/01/2023 1ª HABILITACAO 25/02/2008
 Nº REGISTRO 04303999610
 OBSERVAÇÕES

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
 15692445453

PROIBIDO PLASTIFICAR
 15692445453

LOCAL BRASILIA-DISTRITO FEDERAL, DF
 DATA EMISSAO 22/01/2019
 ASSINATURA DO PORTADOR *Nilton Pereira dos Santos*
 SILEYANNA POMBECA FILHO
 Diretor - Geral Interimista
 ASSINATURA DO EMISSOR
 21562424922
 DF752934139

DISTRITO FEDERAL



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DAS CIDADANIAS
DIPTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITACAO

DF
VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
14999445820

PROIBIDO PLASTIFICAR
14999445820

VALIDA

NO ME
TATIANA CARDOSO DE SOUZA

DOC. IDENTIDADE / Orig. EMISSOR / UF
FP317127 DPE DF

CPF
002.227.671-89

DATA NASCIMENTO
05/04/1984

RELACAO
NIVALDO PEREIRA DE SOUZA
MARIA DE FATIMA CARDOSO DE SOUZA

PERMISSAO **ACE** **CAT. HABIL.**
B

1º REGISTRO
02356497991

VALIDADE
14/06/2022

1ª HABILITACAO
01/06/2002

ASSINATURA DO PORTADOR

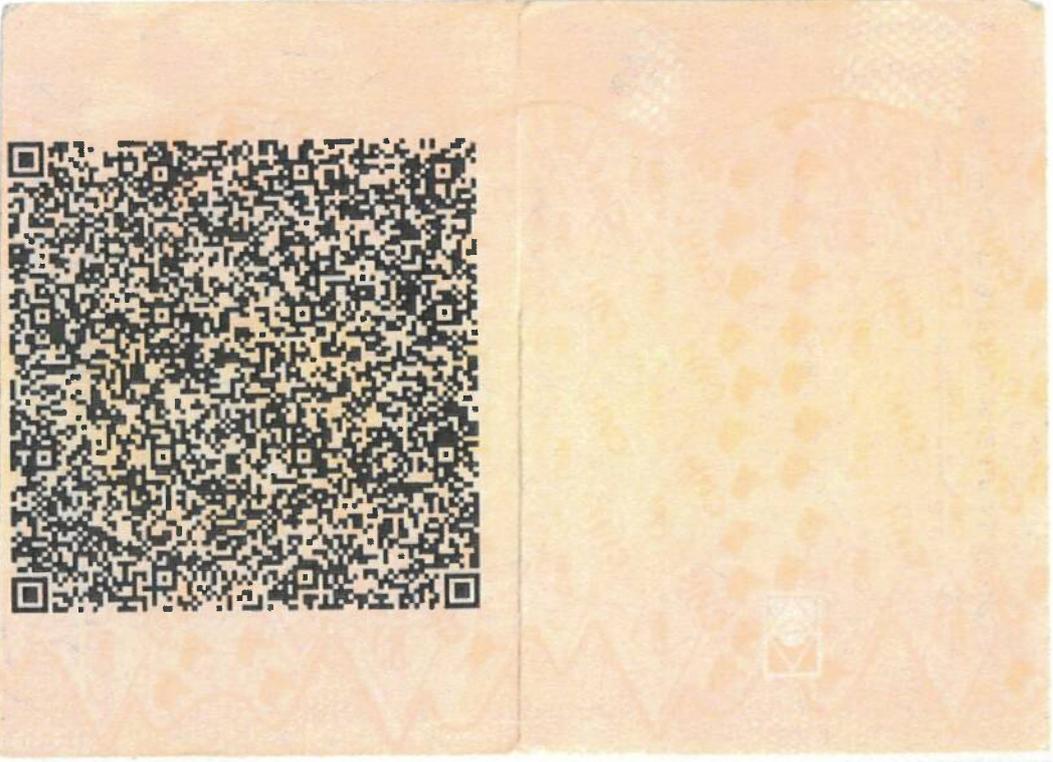

LOCAL
BRASILIA-DISTRITO FEDERAL, DF

DATA EMISSAO
05/07/2017

05489884507
DF750295248

ASSINATURA DO EMISSOR


DISTRITO FEDERAL



1º Ofício de Notas e Protesto de Brasília
CARTORIOJK
Fone: (61) 3799-4515 | www.cartoriojk.com.br
CRS Quadra 505 - Bloco C - Lotes 1, 2 e 3 | CEP: 70.350-530 | Brasília - DF
Tablete: McArthur Di Andrade Camargo

AUTENTICACAO
Confere com o original. (Lei n. 8.935/94)
Brasília-DF, 08 de Dezembro de 2021
MARLUCIA DA SILVA MELO
ESCREVENTE
Consultar selos: www.tjdf.tjus.br
281 - Selo: TJDFT20210011478879QGSU



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSPORTES
E CARREIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

DF

NO ME
MARCELLO DE OLIVEIRA LOPES

CC. IDENTIDADE / ORG. EMISSOR / UF
 1233025 SSP DF

CPF
 579.599.861-34

DATA NASCIMENTO
 24/10/1972

FILIAÇÃO
 AFONSO DE SOUZA
 NOGUEIRA LOPES
 MARLI ANTONIA DE
 OLIVEIRA LOPES

FERREÇÃO ACC **CAT. HAB.** B

Nº REGISTRO 0006681287

VALIDADE 20/09/2024

1ª HABILITAÇÃO 01/12/1990

VAIS
 1917867124
 VAIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

PROIBIDO PLASTIFICAR
 1917867124

ASSINATURA DO PORTADOR
 ALVARO DE OLIVEIRA LOPES
 Marcelllo Lopes

ASSINATURA DO EMISSOR
 20600397504
 DF760360340

DISTRITO FEDERAL

4

1º Ofício de Notas e Protesto de Brasília
 CRS Quadra 505 - Bloco C - Lotes 1, 2 e 3 | CEP: 70.350-530 | Brasília - DF
 Fone: (61) 3799-1515 | www.cartoriojk.com.br
 Tabelião: Mc Arthur Di Andrade Camargo

CARTÓRIO JK

AUTENTICAÇÃO

Confere com o original (Lei n.8.935/94)
 Brasília-DF, 01 de Setembro de 2021
MARLUCIA DA SILVA MELO
 ESCRIVENTE

Consultar selos: www.tjdft.jus.br
 280 - Selo: TJDFT20210011017139D.JF3