



ESTADO DO PARANÁ



Folha 1

Órgão Cadastro:	AGENCIA DE		Protocolo:
Em:	22/07/2022 16:45		19.263.023-1
CNPJ Interessado	06.256.926/0001-29		
Interessado 1:	TIF COMUNICAÇÃO LTDA		
Interessado 2:	-		
Assunto:	LICITACAO	Cidade:	CURITIBA / PR
Palavras-chave:	CONTRA-RAZAO, RECURSO		
Nº/Ano	-		
Detalhamento:	CONTRA-RAZÕES CONTRA O RECURSO ADMINISTRATIVO APRESENTADO PELA TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI. CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.O 001/2021/SECC (AGÊNCIA DE PROPAGANDA)		
Código TTD:	-		

Para informações acesse: <https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/consultarProtocolo>

PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: TIF COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, organizada sob a forma de sociedade empresária limitada, inscrita no CNPJ sob o n.º 06.256.926/0001-29, com sede na Avenida João Gualberto, n.º 1342, 11º andar, Curitiba/PR, CEP: 80030-00, neste ato representada por **THIAGO VIEIRA DE ABREU BIAZETTO**, brasileiro, casado, empresário, portador do CPF/MF sob nº 005.486.759-29, com sede sito à Rua Ari José Valle, 1237, casa 13, Curitiba, Paraná, CEP 82030-000.

OUTORGADOS: Carlos Araúz Filho, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 27.171, **Clóvis Suplicy Wiedmer Filho**, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 38.952, **Edgar Kindermann Speck**, solteiro, inscrito na OAB/PR sob nº 23.539, **Flávio Alexandre de Souza**, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 37.906, **Thiago Gardai Collodel**, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 38.637, **Paulo Afonso de Souza Sant'Anna**, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 35.273, **Gabriel Placha**, solteiro, inscrito na OAB/PR sob nº 30.225, **Fabiola Cueto Clementi**, solteira, inscrita na OAB/PR sob nº 41.366, **Rodrigo Laynes Milla**, solteiro, inscrito na OAB/PR sob nº 41.511, **Danielle Wardowski Cintra Martins**, casada, inscrita na OAB/PR 57.151, **Paulo Roberto Stöberl**, casado, inscrito na OAB/PR sob 17.684, **Paulo Roberto Ribeiro Nalin**, divorciado, inscrito na OAB/PR sob 18.762, **Fernando José Breda Pessôa**, casado, inscrito na OAB/PR sob 37.538, **Rafael Comar Alencar**, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 41.585, **Carlos Eduardo Chemim**, casado, inscrito na OAB/PR sob nº 44.165, **Jairo Fernando Belini**, solteiro, inscrito na OAB/PR sob nº 59.596, **Janaina de Oliveira Lopes**, solteira, inscrita na OAB/PR sob nº 58.862, **Carlos Eduardo Gonçalves de Almeida**, solteiro, inscrito na OAB/PR 76.169, **Rodrigo Borba**, casado, inscrito na OAB/PR 60.203, **Rafaela Aiex Parra**, solteira, inscrita na OAB/PR 49.306 e **Bernardo Vianna Waihrich**, casado, inscrito na OAB/RS sob nº 75.469, **Carolina Pinto Coelho**, casada, inscrita na OAB/PR 38.430, **Gabriela da Silva Batista Lopes**, casada, inscrita na OAB/PR 54.622, **Fernando Henrique Luz**, solteiro, inscrito na OAB/PR 57.168, todos advogados, integrantes da **Araúz & Advogados Associados**, sociedade de advogados inscrita na OAB/PR sob nº 1.254, com sede em Curitiba/PR, na Avenida Paraná, 326 - 80.035-130.

PODERES: Amplos e ilimitados, para foro em geral, conforme artigo 5º, *caput* e § 2º, da Lei nº 8.906/1994, e mais aqueles contidos nas cláusulas *ad judicia et extra*, para, atuando em conjunto ou separadamente, em qualquer Juízo ou Tribunal, propor contra quem de direito as ações competentes e defender nas contrárias, acompanhar umas e outras até final decisão, usando os recursos finais, conferindo também poderes para confessar, desistir, transigir (inclusive nos termos do art. 334, § 10, do CPC), firmar acordos e compromissos, receber e dar quitações, desistir e renunciar de recursos, apresentar resposta, prestar declaração, levantar depósitos judiciais ou recursais, nomear preposto, alvarás e guias de retirada, requerer averbação na forma do art. 828 do Código de Processo Civil, e seu cancelamento, substabelecer no todo ou em parte, com ou sem reservas de poderes, **em especial para defender os interesses do outorgante perante a Secretaria da Comunicação Social e Cultura do Estado do Paraná, no procedimento licitatório de Concorrência Pública n.º 001/2021/SECC.**

Curitiba /PR, 22 de julho de 2022.

THIAGO VIEIRA DE ABREU BIAZETTO:00548675929
TIF COMUNICAÇÃO LTDA.
Outorgante

Assinado de forma digital por
THIAGO VIEIRA DE ABREU
BIAZETTO:00548675929
Dados: 2022.07.22 15:58:14 -03'00'



ePROTOCOLO



Documento: **Procuracao_TIF_CP01_2021.pdf**.

Assinatura Qualificada Externa realizada por: **Thiago Vieira de Abreu Biazetto** em 22/07/2022 15:58.

Inserido ao protocolo **19.263.023-1** por: **Fernanda França Esquelbek** em: 22/07/2022 16:45.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:
<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:
66b1472e1396d0929b6df618c6a4d810.



COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO/SECC
SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E DA CULTURA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2021/SECC

Ref.: Contrarrazões ao recurso administrativo da TRADE

TIF COMUNICAÇÃO LTDA. ("TIF"), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/ME sob o n.º 06.256.926/0001-29, com sede na Avenida João Gualberto, n.º 1342, 11º andar, Curitiba/PR, CEP 80.030-001, por seu representante legal e procuradores, vem, respeitosamente, perante Vossa Senhoria, com fundamento no subitem 22.2¹ do Edital apresentar

CONTRARRAZÕES

ao recurso administrativo interposto pela licitante **TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI** em face da decisão da Comissão Especial de Licitação que **classificou a proposta técnica apresentada pela licitante TIF COMUNICAÇÃO LTDA.**, com base nos fundamentos adiante expostos.

¹ 22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.



I. DA TEMPESTIVIDADE

No dia 15.07.2022, foi comunicado a interposição dos recursos administrativos apresentados pelas licitantes relativos as propostas técnicas na Concorrência Pública n.º 01/2021/SECC. Nos termos do subitem 22.2, foi concedido o prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentação de contrarrazões recursais, cujo prazo finaliza em 22.07.2022 (sexta-feira).

Desta forma, resta perfeitamente tempestiva a presente minuta se protocolada até tal data.

II. DA SÍNTESE DOS FATOS

Trata-se de Concorrência Pública instaurada pelo Estado do Paraná, por meio da Secretaria de Estado da Comunicação e da Cultura (SECC), visando a *“contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias e iniciativas, posicionar instituições e programas ou de informar e orientar o público em geral”*.

A primeira sessão do certame ocorreu no dia 30.03.2022, com o credenciamento das licitantes e recebimentos dos invólucros de n.º 01 a 04 pela Comissão Especial de Licitação. Na referida data, foram abertos os invólucros 01 e 03 e oportunizado manifestação às licitantes sobre o seu conteúdo.

A segunda sessão do certame ocorreu no dia 30.06.2022, na qual procedeu-se a leitura das atas elaboradas pela Subcomissão Técnica referentes ao julgamento dos

invólucros n.º 01 e 03. Na sequência, foram abertos de forma aleatória os invólucros n.º 02. A sessão foi suspensa para um curto intervalo e retomada a sessão, o Presidente da Comissão proclamou o resultado geral do julgamento das propostas técnicas. Confira-se:

PASTA Nº	CONCEITO	Empresa	Plano de Comunicação Publicitária	Capacidade de Atendimento	Repertório	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	TOTAL	CLASSIFICAÇÃO
8	PENSA DE UM JEITO NOVO. FAZ DO JEITO CERTO	TIF	66,26	20	5	5	98,26	CLASSIFICADA
2	PARANÁ. CUIDAR BEM FAZER MELHOR	VIVAS	66,93	20	5	4,5	96,43	CLASSIFICADA
6	GOVERNO DO PARANÁ. TRABALHANDO PARA TODOS.	LUA	65,16	20	5	5	95,16	CLASSIFICADA
3	PARANÁ. SUSTENTÁVEL PORQUE FAZ MAIS POR TODOS.	GPAC	62,90	20	5	5	92,90	CLASSIFICADA
4	GOVERNO DO PARANÁ. FORÇA DE QUEM FAZ O FUTURO SUSTENTÁVEL.	433	53,33	20	5	5	83,33	CLASSIFICADA
5	DIZ MUITO SOBRE O NOSSO TRABALHO	ENGENHO DE IDEIAS	50,00	20	5	5	80,00	CLASSIFICADA
10	PARANÁ. O PRESENTE E NOSSO FUTURO	TRADE	38,00	18	5	5	66,00	DESCLASSIFICADA
9	PARANÁ. PRESENTE PARA O FUTURO.	CANDYSHOP	38,36	18	4,5	5	65,86	DESCLASSIFICADA
7	TRABALHO PARA TODO LADO. DESENVOLVIMENTO POR INTEIRO.	NOVA SB	32,06	20	5	5	62,06	DESCLASSIFICADA
11	FORTE COM A NOSSA GENTE	GUARDA-CHUVA	29,00	18	4	5	56,00	DESCLASSIFICADA
1	CUIDA BEM DO QUE É DE TODOS	IMAM	31,00	16	3	2,5	52,50	DESCLASSIFICADA

Infer-se que a TIF teve sua proposta técnica classificada em primeiro lugar com a nota final de 98,26 e as licitantes VIVAS, LUA, GPAC, 433 E ENGENHO DE IDEIAS também tiveram suas propostas classificadas.

Conforme se demonstrará a seguir, a nota da proposta técnica da TIF deve ser mantida, devendo ser afastados os argumentos recursais da licitante TRADE que visam a desclassificação da proposta técnica da TIF.

III. DA IMPROCEDÊNCIA DOS ARGUMENTOS RECURSAIS DA TRADE

III.1. Da estratégia de comunicação - Nota máxima atribuída à TIF

Sabe-se que definidas as condições e publicado o instrumento convocatório, fica a entidade licitante – assim como os concorrentes – estritamente vinculados aos termos



do edital, não podendo estabelecer exigências ou condições nele não previstas, tampouco praticar atos nele não amparados.²

Clara a lição de Lúcia Valle FIGUEIREDO ao referir-se ao ato convocatório, como instrumento de regência da licitação, de caráter vinculante, sustentando que (...) *se é lícito à Administração usar de alguma discricionariedade em sua elaboração, uma vez publicado torna-se imutável durante todo o transcurso do procedimento.*³

Assim, por força do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, previsto expressamente nos arts. 3º e 51 da Lei Federal 8.666/93 e no art. 13 da Lei Federal 12.232/2010, **que propicia segurança jurídica aos interessados, deve o licitante e a Administração atuar em conformidade com o estritamente estipulado no edital, sob pena de ilegalidade.**

Buscando aumentar a nota de sua proposta técnica, a licitante TRADE, em suas razões recursais, traz o seguinte argumento, nos itens 92 e 93 de sua minuta:

92. **TIF** - A Comissão atribui à TIF a nota média de 25, maior que a da TRADE (19), com a justificativa de que: *"Propõe um ciclo completo, com a soma do planejamento e da execução, colocando a inovação nos atos de entregas do governo e as **peçoas no centro**. Valoriza as diferenças regionais e culturais e prevê desdobramentos de conceitos com esse pensamento. Entende a importância do passado, mas propõe especial atenção ao presente e ao futuro, com foco nos desafios atuais. Conceito bem construído, com boa defesa de cada um dos pontos da proposta".*

² Na basilar lição de Hely Lopes MEIRELLES: *"o edital é a lei interna da licitação e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu (art. 41). [...] Assim, estabelecidas as regras do certame, tornam-se inalteráveis para aquela licitação, durante todo o procedimento. Se no decorrer da licitação a Administração verificar sua inviabilidade, deverá invalidá-la e reabri-la em novos moldes, mas, enquanto vigente o edital ou convite, não poderá desviar-se de suas prescrições, quer quanto à tramitação, quer quanto ao julgamento".* (In *Direito administrativo brasileiro*. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2000, p. 257.)

³ FIGUEIREDO, Lúcia Valle. *Direito dos licitantes*. 4. ed. São Paulo: Malheiros, 1994. p. 44.

93. Observe-se, por exemplo, que a **TRADE foi penalizada** em sua nota, por “*apresentar ações do Estado evidenciando o ganho para as pessoas e humanizando a entrega de obras e ações*”, **o que não aconteceu com** a nota atribuída à **TIF**, sendo que a subcomissão justifica com a seguinte frase: “*...entregas do governo e as pessoas no centro*”. Ou seja, **uma mesma linha de raciocínio, e execução, premia a TIF com pontuação máxima (25) e penaliza a TRADE, que obteve a pontuação de apenas 19.**

Ao contrário do entendimento exposto pela TRADE em relação ao item 12.2.1.2⁴ do edital, que traz os requisitos da Estratégia de Comunicação Publicitária, no qual a TIF atingiu a nota máxima de 25 pontos e a licitante TRADE apenas 19 pontos, não houve penalização da TRADE por “*apresentar ações do Estado evidenciando o ganho para as pessoas e humanizando a entrega de obras e ações*”, mormente porque referido apontamento foi considerado ponto positivo na proposta da TRADE e não negativo. Veja-se:

- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

(P) Propõe apresentar as ações do Estado evidenciando o ganho para as pessoas e humanizando a entrega de obras e ações.

⁴ **12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária** – entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

- a) a adequação do partido temático e do conceito proposto a natureza e a qualificação do Poder Executivo do Estado do Paraná e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo do Estado do Paraná com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Estado do Paraná;
- e) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Estado do Paraná, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados de metas por ele desejadas e a verba disponível.



Acontece que, a licitante TIF teve a atribuição de 4 (quatro) pontos positivos neste requisito e nenhum negativo, o que justifica a diferença das notas atribuídas às licitantes. Confira-se:

- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

(P) Propõe um ciclo completo, com a soma do planejamento e da execução, colocando a inovação nos atos de entregas do governo e as pessoas no centro.

(P) Valoriza as diferenças regionais e culturais e prevê desdobramentos de conceitos com esse pensamento.

(P) Entende a importância do passado, mas propõe especial atenção ao presente e ao futuro, com foco nos desafios atuais.

(P) Conceito bem construído, com boa defesa de cada um dos pontos da proposta.

Do exposto, conclui-se que o julgamento que entendeu pela atribuição de nota de 25 pontos à licitante TIF foi correto e baseado na estratégia de comunicação proposta pela licitante, não merecendo acolhimento os argumentos da Recorrente TRADE.

III.2. Do *hotsite* apresentado pela TIF

A licitante TRADE, em suas razões recursais (itens 94, 95 e 96), afirma, ainda, que teria passado despercebido pela Subcomissão Técnica que a TIF teria apresentado um *hotsite* com endereço eletrônico (pensanovofazcerto.pr.gov.br) específico não atrelado ao “Governo do estado endereço de raiz”, não inserindo em sua planilha os custosos valores relativos à compra do domínio em desatendimento à especificação do item 11.3.4.2 do Edital. Veja-se:

94. Outro fato que passou totalmente despercebido pela subcomissão e que, mais uma vez, comprova um julgamento errôneo em relação à TRADE, é a apresentação de um Hotsite, por parte da TIF, com o endereço "pensanovofazcerto.pr.gov.br".

95. Observe-se que se trata de um endereço eletrônico específico, não atrelado ao "endereço de raiz" do Governo (site oficial). Tanto é assim que a TIF em sua planilha de custos de produção informa "Hotsite – apenas custo interno Tabela do SINAPRO", conforme se pode verificar a seguir:



Produção	Formato	Per / Qt	Im.	Valor (R\$)	%
Fotos	Inclui tratamento, fundo e banco de imagens	20		R\$ 156.200,00	14%
Produção de filmes Ecografia, Diálogos (versões cidades), Cristina, Pensar a Gestão Estadual e fim de divulgação do aplicativo conforme descrito na ideia criativa conformatos diversos, animação, 87" e 50" e 30"	Animação, áudio, cópias e entregas digitais inclusas	31		R\$ 758.457,00	69%
Spot Jingle 60" E o Paraná - versão 30" - Fase 2 30" - Fase 3 de 30" e 90" (programas sem custos gravados pelas rádios)	Trilha composta	3		R\$ 18.266,00	4%
Cartaz A3	Papel couchê 120g - 4 x 0,10 metros	50.000		R\$ 34.300,00	3%
Roteir Aluna	Fechado em versões diversas	1		R\$ 64.780,00	6%
Animação painéis Aeroportos - vinhetas och	APENAS CUSTO INTERNO - TABELA DO SINAPRO				
Faveta Door	PRODUÇÃO INCLUSA NO CUSTO DE MÍDIA				
Outdoor papel simples	9 x 3m	220		R\$ 40.040,00	4%
Holote	APENAS CUSTO INTERNO - TABELA DO SINAPRO				
E-mail marketing	APENAS CUSTO INTERNO - TABELA DO SINAPRO				
Articativo	APENAS CUSTO INTERNO - TABELA DO SINAPRO				
Total Produção				R\$ 1.692.063,00	100%

96. Ocorre que a TIF deveria ter inserido, e não o fez, em sua planilha de custos os valores relativos à compra do domínio do hotsite, atendendo à especificação do Edital; "11.3.4.2

Os argumentos recursais aduzidos pela TRADE não merecem prosperar, e não só isso, tais argumentos demonstram desconhecimento da TRADE quanto ao funcionamento de serviços de publicidade para atendimento de entes públicos.

Explica-se: o domínio (pr.gov.br) é de propriedade do Governo do Estado do Paraná, portanto, somente ele pode autorizar novas “urls” a partir do domínio principal. Para comprovar o alegado, a TIF anexa imagem que comprova a não disponibilidade da compra:



Deste modo, não há razão para inclusão do custo quanto ao *hotsite*, pois o Governo do Estado do Paraná, fará a liberação do domínio caso a campanha seja realizada.

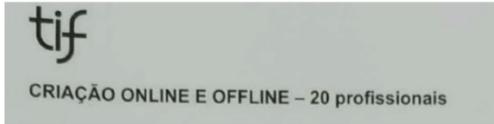
Por mais este motivo, deve ser improvido o recurso da licitante TRADE, visto que a licitante TIF atendeu todas as exigências editalícias, não havendo que se falar em falhas cometidas pela TIF, muito menos em sua desclassificação.

III.3. Da Capacidade de Atendimento - Item 11.6 do Edital

É importante lembrar que a licitante TRADE foi desclassificada do certame e a nota total atribuída a sua proposta técnica foi de 66 (sessenta e seis) pontos.

Diante disso, na tentativa de aumentar a sua pontuação, em sede recursal, a TRADE tenta comparar, a todo custo, sua proposta técnica com a da TIF, argumentando, sem razão, no sentido de que sua nota foi diminuída e da TIF não (itens 181 e 182):

181. É um absurdo a subcomissão diminuir a nota da TRADE por usar "palavra similar" de online, **mas não usa o mesmo critério conforme será demonstrado a seguir:**



182. Na relação dos profissionais apresentados, a **TIF só especifica no subtítulo "criação online e offline"**, mas na nomenclatura da função dos profissionais **não especifica o time de criação pelo escopo online e offline conforme mostrado abaixo e não teve sua nota diminuída:**

Waldemar Segundo – Diretor de Criação
Vandré Fernandes – Head de Criação
Rodrigo de Carvalho – Diretor de Arte
Abner Souza – Diretor de Arte
Gustavo Luz – Diretor de Arte
Felipe Mendes Trindade – Diretor de Arte
Luis Felipe Mendonça Machado – Diretor de Arte
Gabriel Vinicius – Designer Gráfico Sênior <small>Designer Gráfico e Web Designer graduado pela Universidade Filadélfia, cursando Direção de Arte pela Universidade Estadual de Londrina. Conta com diversos cursos</small>
Fábio José de Oliveira Silva – Motion Designer

Com relação à capacidade de atendimento, o item 11.6 do edital estabelecia:

11.6 A capacidade de atendimento será constituída de texto, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, **criação online e offline**, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento; (grifou-se)



Verifica-se que a TIF, em atendimento ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, apresentou sua equipe técnica exatamente como foi pedido no edital, de modo que o argumento da TRADE visando a diminuição da nota técnica da TIF pela não especificação na nomenclatura do time *online* e *offline*, não merece prosperar.

Como exposto, por força do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, uma vez estabelecidas as condições de participação na licitação e iniciado o certame, não pode a Administração alterar o edital ou estabelecer novo critério de julgamento. Sobre o tema, Marçal JUSTEN FILHO ensina que⁵:

Uma vez realizadas as escolhas atinentes à licitação e ao contrato, exaure-se a discricionariedade, que deixa de ser invocável a partir de então – ou, mais corretamente, se a Administração pretender renovar o exercício dessa faculdade, estará sujeita, como regra, a refazer toda a licitação, ressalvadas as hipóteses de inovações irrelevantes para a disputa.

(...)

O procedimento de licitação reduz drasticamente a liberdade de escolha do administrador. Por regra, o resultado final não decorre de qualquer decisão subjetiva do administrador. Vence a licitação a proposta que se configura como a *amis conveniente* para a concretização dos interesses coletivos e supraindividuais, segundo critérios objetivos. A liberdade de escolha vai ser suprimida na medida em que o procedimento avança. Ao final, a regra é a ausência de espaço para uma decisão discricionária. Isso significa que ainda que se mudassem os julgadores, a decisão adotada na última fase teria de ser a mesma.⁶

Veja-se que em atendimento ao item 11.6 “b” do Edital a TIF apresentou a equipe completa, *online* e *offline*, com 20 (vinte) profissionais:

⁵ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos*, 18ª ed. Ver., atual. E ampl., São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 111.

⁶ RMS n. 54.907/DF, relator Ministro Sérgio Kukina, Primeira Turma, julgado em 5/4/2018, DJe de 18/4/2018.

CRIAÇÃO ONLINE E OFFLINE – 20 profissionais

Waldemar Segundo – Diretor de Criação

MBA em Marketing, Lançamentos Digitais e Redes Sociais pela Unisinos (conclusão 2022); Especializando-se em Psicologia Positiva pela PUCRS (conclusão 2022); Especialista com MBA em Liderança e Coaching pela Unopar, 2019; Especialista em Executive Coaching pela Sociedade Brasileira de Coaching, 2020; Especialista em Novo Testamento aplicado pela FABAPAR, 2019; pós-graduado em Gestão do Varejo pelo Senac-SP, 2018; Graduado em Publicidade e Propaganda pela Unibrasil, 2006. Possui certificação de Personal & Professional Coach pela Sociedade Brasileira de Coaching. Atua como Diretor de Criação deste 2018 na Tif. Como Diretor de Arte e como Head de Criação, já atendeu clientes, como: Governo do Estado do Paraná, Sanepar, Copel, Detran PR, Positivo Tecnologia Educacional, Grupo Barigui, Cruz Vermelha Internacional, Oxford Porcelanas, Grupo Marista, UniCesumar, Univale, Gazeta do Povo, Grupo RPC, Sistema Fiep Paraná, Sesi, Senai e IEL, entre outros.

Já ganhou mais de uma centena de prêmios nacionais e internacionais, como: El Ojo de Ibejoamérica, FePI – Festival de la publicidad Independiente, FICE – Festival Iberoamericano, Prêmio Lusofonos da Criatividade, WINA, INMA – NY, Colunistas, CCPR, Profissionais do Ano, entre outros. Voluntário criador de projetos sociais focados no desenvolvimento de pessoas das gerações Millenials e Z.

Experiência profissional: 19 anos.

Vandré Fernandes – Head de Criação

Desenhista industrial e artista plástico graduado. Apaixonado por trabalhos feitos à

Esclareça-se, ainda, que a TIF em sua proposta técnica especificou a formação, as funções e a experiência de todos os profissionais indicados, consoante de extrai do exemplo abaixo:

Lucas Jensen – Redator

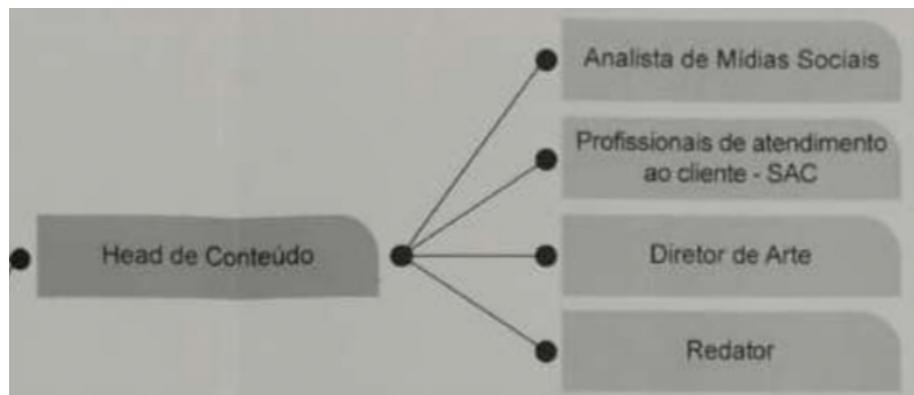
Graduado em Jornalismo pela Universidade Positivo em 2019, possui certificação em Marketing Digital, Inbound Marketing, Marketing de Conteúdo e Redação para Web. Atua no ramo da comunicação desde 2010 com tradução técnica de marcas e patentes e, desde 2015, teve passagens pelas áreas de assessoria de imprensa, comunicação interna, social media, marketing e redação publicitária. Já trabalhou com agências de comunicação, como a Talk e a Tipcomm, e como jornalista interno da Federação dos Trabalhadores Rurais Agricultores Familiares do Estado do Paraná (FETAEP). Atendeu clientes, como: EBANX, Colégios Maristas, O Boticário, Sanepar, Crea-PR, Vou Comprar, Prata e Arte, Mr. Hoppy, Smart City Expo e Hospital Angelina Caron.

A TIF esclareceu, ainda, que em sua sistemática de atendimento não faz divisão **online e offline dos profissionais, na medida em que** entende que é a evolução natural da comunicação as campanhas *all-line (on + off)*, evolução esta que, infelizmente, até o

presente momento não foi acompanhada por muitas Agências de Publicidade. Veja a justificativa apresentada pela TIF:

Digital: não temos divisão on e off nem na criação nem na nossa mídia, pois todos os departamentos pensam o digital como meio estratégico e parte fundamental da atuação de nossos clientes. Investimos em conhecimento e profissionais nas áreas de mídia de performance, branded content, big data, business intelligence e inovação. O trabalho digital da Tif é orientado para awareness e performance, pelo próprio conceito do Beats & Bytes (aquisição e relacionamento), desde o impacto do usuário, passando pela conversão e o acompanhamento e análise dos resultados (KPIs – indicadores de sucesso da campanha) usando ferramentas de business intelligence, sentimentalização e monitoramento de redes. A Tif investe em construção de dashboards e análises estratégicas para melhoria contínua dos resultados dos clientes e das campanhas gerenciadas.

Por último, confira o organograma apresentado pela TIF na sua proposta técnica relativo à estrutura digital (*online*) que atende a parte de produção de conteúdo para redes sociais, abaixo:



Dito isso, resta demonstrado que a licitante TIF atendeu todas as exigências editalícias, não merecendo acolhimento as alegações recursais da TRADE.

IV. DO PEDIDO

Diante do exposto, requer seja improvido o RECURSO ADMINISTRATIVO interposto pela TRADE, tendo em vista que a licitante TIF atendeu todas as exigências editalícias, bem como com fundamento no princípio da vinculação ao instrumento



convocatório, devendo ser mantida a decisão recorrida que classificou a proposta técnica apresentada pela TIF em primeiro lugar.

Nestes termos, pede deferimento.

Curitiba, 22 de julho de 2022.

**THIAGO VIEIRA DE
ABREU**

BIAZETTO:00548675929

Assinado de forma digital por
THIAGO VIEIRA DE ABREU

BIAZETTO:00548675929

Dados: 2022.07.22 16:05:49

-03'00'

TIF COMUNICAÇÃO LTDA.

CNPJ 06.256.926/0001-29

Thiago Vieira de Abreu Biazetto – CPF 005.486.759-29


Carlos Araúz Filho
OAB/PR 27.171


Danielle Wardowski Cintra Martins
OAB/PR 57.151


Carolina Pinto Coelho
OAB/PR 38.430


Gabriela da Silva Batista Lopes
OAB/PR 54.622



ePROCOLO



Documento: **Contrarrazoes_recursoTRADEPRO.117717.pdf**.

Assinatura Qualificada Externa realizada por: **Thiago Vieira de Abreu Biazetto** em 22/07/2022 16:05.

Inserido ao protocolo **19.263.023-1** por: **Fernanda França Esquelbek** em: 22/07/2022 16:46.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:

c68b648bdb58c32f547da73d3b11a23f.

**AGÊNCIA DE PUBLICIDADE
TIF COMUNICAÇÃO LTDA**

Protocolo: 19.263.023-1
Assunto: CONTRA-RAZÕES CONTRA O RECURSO ADMINISTRATIVO APRESENTADO PELA TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI. CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2021/SECC (AGÊNCIA DE PROPAGANDA)
Interessado: TIF COMUNICAÇÃO LTDA
Data: 22/07/2022 16:46

RECURSO

CONTRA-RAZÕES CONTRA O RECURSO ADMINISTRATIVO APRESENTADO PELA TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI. CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2021/SECC (AGÊNCIA DE PROPAGANDA)