Ilustríssimo Senhor Presidente da Comissão de Contratação de Licitações

Prefeitura Municipal de Cocal do Sul/SC

A Licitante, **PMZ COMUNICAÇÃO LTDA,** já devidamente qualificada no processo Licitatório **CONCORRÊNCIA N.º 01/PMCS/2025, PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 45/PMCS/2025**, vem, com o devido respeito na forma e modo como previsto no art. 165, inciso I da Lei n.º 14.133/2021 c/c artigo 71.1 e seguintes do ato convocatório, propor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra a decisão proferida pela COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DE LICITAÇÕES do município de Cocal do Sul, decisão essa consignada na Ata da 2ª Reunião da referida Comissão, realizada no dia 10/11/2025, o que se faz nos seguintes termos.

Primeiramente há de se registrar que todo e qualquer processo licitatório deve ser conduzido, respeitando todas as diretrizes legais consignadas na legislação pertinente, em especial aquelas consignadas na Lei 12.232/2010 c/c Lei 4.680/65 e Lei 14.133/2021.

Ademais, de forma concomitante e subsidiária, há de ser considerado ainda normas administrativas contidas no Edital que deu origem ao presente certame.

Ocorre que examinando detidamente a ata da reunião da Comissão de Contratação lavrada em 10/11/2025, claramente se verifica a existência de inconsistência relevantes, não observadas pela Douta Comissão, razão pela qual propõe o presente RECURSO ADMINISTRATIVO, pugnando desde já pelo seu provimento.

Há de se registrar que nos termos da Súmula 473 do STF a administração pública tem o Poder-Dever de rever seus atos, eis que a administração pública deve rever seus atos ilegais ou dotados de vícios que o invalidem.

Assim preceitua referida Súmula:

"A administração pode anular seus próprios atos, quando eivados de vícios que os tornam ilegais, porque deles não se originam direitos; ou revogá-los, por motivo de conveniência ou oportunidade, respeitados os direitos adquiridos, e ressalvada, em todos os casos, a apreciação judicial.

Diante do que foi aqui relatado, de fácil conclusão que a administração pública deve rever seus atos, adequando-os, quando necessário, aos dispositivos legais vigente, visando manter na sua plenitude, a legalidade exigida dos atos e decisões tomados pela municipalidade.

Feito esse breve relato, apresenta as razões do presente recurso:

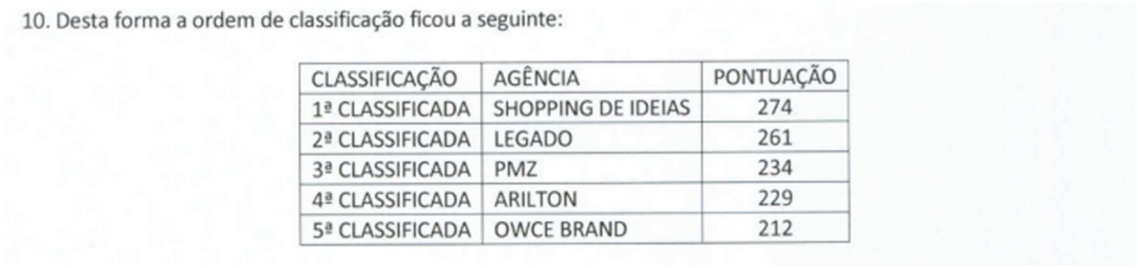
Sabe-se que o **Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório** constitui um dos pilares essenciais de todo e qualquer processo licitatório no Brasil, especialmente sob a égide da nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos (Lei nº 14.133/2021).

Isso em razão desta concepção ter sido incorporada e ampliada pela Lei nº 14.133/2021, que, em seu artigo 5º, coloca a vinculação ao instrumento convocatório no rol de princípios básicos a serem observados em qualquer processo licitatório.

Art. 5º Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).

Feito essa preliminar, sustenta o Recorrente que esta Douta Comissão, ao proferir o resultado do certame, consignado da ata já mencionada, que representa fielmente a reunião ocorria em 10 de novembro do corrente ano, deixou de verificar premissas legais consignadas no Edital Convocatório.

Na ata já mencionada, essa foi a decisão indicativa da classificação, proferida e publicada pela COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO:



10. Desta forma a ordem de classificação ficou a seguinte:

CLASSIFICAÇÃO	AGÊNCIA	PONTUAÇÃO
1ª CLASSIFICADA	SHOPPING DE IDEIAS	274
2ª CLASSIFICADA	LEGADO	261
3ª CLASSIFICADA	PMZ	234
4ª CLASSIFICADA	ARILTON	229
5ª CLASSIFICADA	OWCE BRAND	212

Ocorre que o Recorrente, inconformado com a referida decisão, pois S.M.J. as empresas declaradas como 1ª classificada em, 2ª classificada, incorrerem em vícios formais, que por aplicação da lei e das cláusulas previstas no ato convocatório, deveria inabilitá-las para o presente certame, senão vejamos:

DO RECURSO DA CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA SHOPPING DE IDÉIAS

Sabe-se que a forma de apresentação dos envelopes e documentação é um elemento essencial no edital de licitação, pois estabelece as diretrizes para a entrega de propostas, habilitação e envio de declarações por parte dos licitantes. Com a Nova Lei de Licitações (Lei nº 14.133/2021), as especificações sobre essa etapa foram reforçadas para assegurar que o processo ocorra com clareza e segurança, promovendo a competitividade e a igualdade entre os participantes.

Tal premissa legal visa garantir aos certamistas a aplicação do princípio constitucional da isonomia, garantindo a todos, uma tratamento igualitário, evitando desta forma, sinais identificadores que possam levar a Comissão a reconhecer determinada proposta, evitando assim tratamentos direcionados.

Ocorre que examinando, na íntegra, o presente certame, claramente se vê que a licitante declarada vencedora, SHOPPING DE IDEIAS, incorreu em vício insanável, ao apresentar os envelopes 02, 03 e 04 de cor branca.

Tal prática, fere capitalmente disposições legais contidas no Edital, o que será demonstrado a seguir:

Replica-se -se do Edital as seguintes clausulas:

"6.1.1 - ...

b.2) O envelope Nº 2 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

c.2) O envelope Nº 3 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura."

"6.12

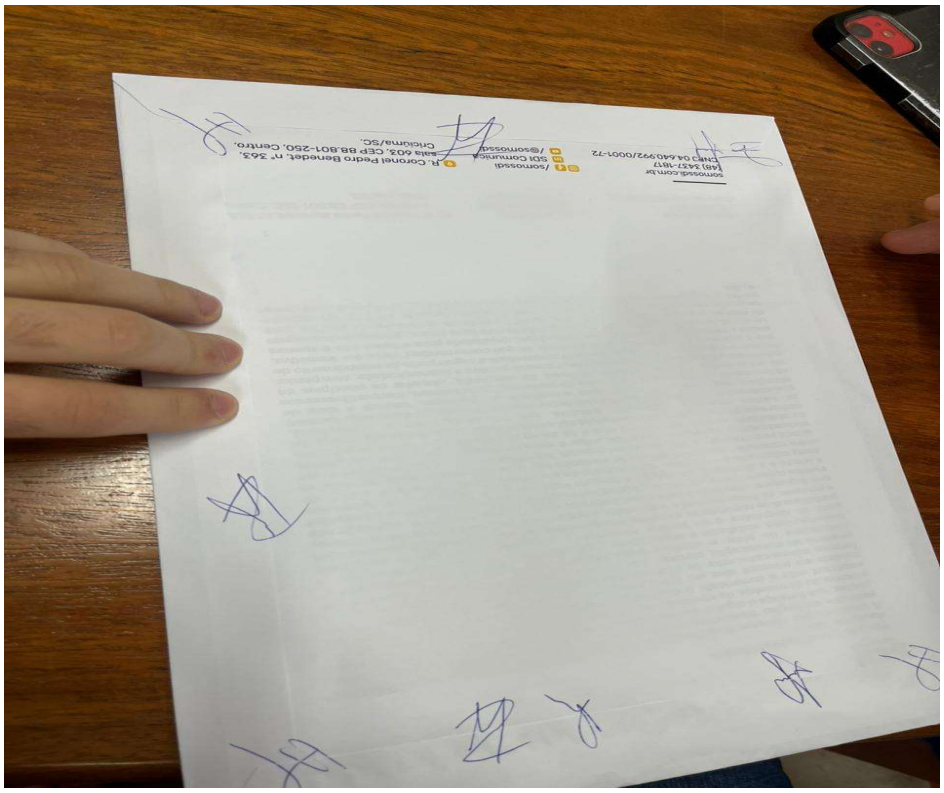
a.1) O envelope Nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura."

Como visto, o ato convocatório expressamente, exige dos participantes que os envelopes, quando apresentados à Comissão de Contratação, obrigatoriamente, devem ser apresentados de forma "...***inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura."***.

Tal exigência, como já mencionado, não foi observada pelo Recorrido Shopping de Ideais.

Uma simples análise dos envelopes 02, 03 e 04 nos leva a conclusão de que o Recorrido, Shopping de Ideias, incorreu em vício insanável ao apresentar suas propostas em envelopes brancos, quase que transparentes.

A fotografia abaixo, de um dos envelopes, representa bem o que ora se alega.



Claro então que o Recorrido, SHOPPING DE IDEIAIS, incorreu em vício insanável, ao apresentar seus envelopes de n.º 02,03 e 04 em desacordo com o que está previsto no edital.

Como já mencionado, competia aos Licitantes, apresenta ruas propostas de maneira "...***inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.”***, o que não ocorreu,

Agindo desta forma, infringiu o Recorrido os dispositivos legais consignados nas cláusulas ***“6.1.1 - b.2 e c.2)*** e também a cláusula ***6.12, a.1.***

Por essas razões, o reconhecimento do vício praticado pelo Recorrido, é matéria que se impõe.

Agindo desta forma, a aplicação do artigo 59 da Lei 14.133/2021 é matéria que se impõe.

Assim dispõe referido dispositivo legal:

Art. 59 - Serão desclassificadas as propostas que:

I – contiverem vícios insanáveis;

II – não obedecerem às especificações técnicas pormenorizadas no edital;

Cumpre ainda destacar que o inciso I do artigo antes grifado, aplica-se a vícios graves, para os quais não há possibilidade de saneamento sem que prejudique a competitividade e a isonomia no certame.

Neste Contexto, o reconhecimento de vício insanável pelo Recorrido, SHOPPING DE IDÉIAS, é matéria que se impõe e desde já se requer, razão pela qual, pugna o Recorrente pela desclassificação da referida agência.

Outro vício insanável praticado pelo Recorrido SHOPPING DE IDEIAS, que enseja a sua desclassificação, diz respeito a forma e modo como foi apresentado pelo mesmo o seu PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

Assim prevê o ato convocatório:

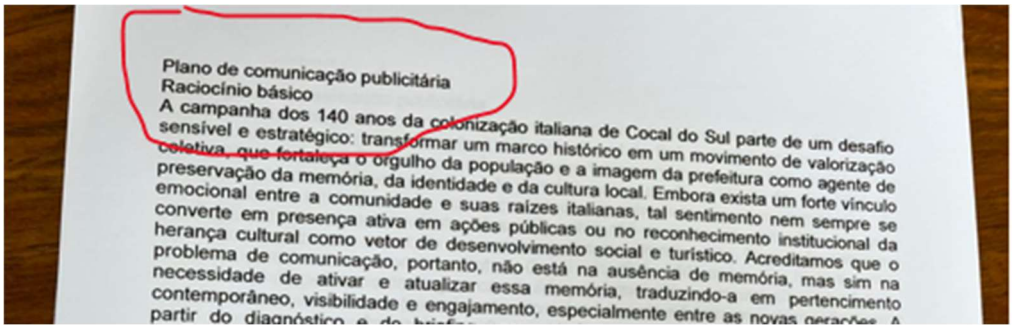
"7.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

...

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;"

Ocorre que analisando o Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelo Recorrido, claro que o mesmo incorreu em vício insanável ao apresenta-lo em desacordo com o ato convocatório.

Esse o recorte necessário plano apresentado pelo Recorrido:



Plano de comunicação publicitária
Raciocínio básico
A campanha dos 140 anos da colonização italiana de Cocal do Sul parte de um desafio sensível e estratégico: transformar um marco histórico em um movimento de valorização coletiva, que fortaleça o orgulho da população e a imagem da prefeitura como agente de preservação da memória, da identidade e da cultura local. Embora exista um forte vínculo emocional entre a comunidade e suas raízes italianas, tal sentimento nem sempre se converte em presença ativa em ações públicas ou no reconhecimento institucional da herança cultural como vetor de desenvolvimento social e turístico. Acreditamos que o problema de comunicação, portanto, não está na ausência de memória, mas sim na necessidade de ativar e atualizar essa memória, traduzindo-a em pertencimento contemporâneo, visibilidade e engajamento, especialmente entre as novas gerações. A partir do diagnóstico e do briefing

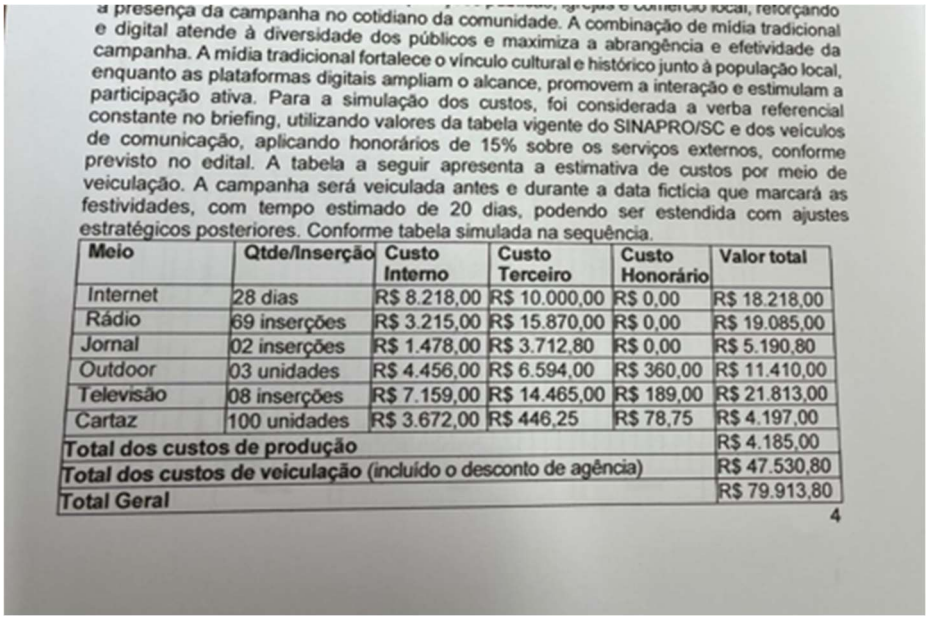
Como visto, na apresentação do referido plano, não tem só um e sim **dois recuos** em cada linha subsequente.

Tal prática fere a previsão consignada no Edital e também o princípio constitucional da Isonomia, eis que facilita a identificação do certamista.

Por essas razões, o reconhecimento de vício insanável pelo Recorrido, SHOPPING DE IDÉIAS, é matéria que se impõe e desde já se requer, razão pela qual, pugna o Recorrente pela desclassificação da referida agência.

Outro fato que também desclassifica o Recorrido Shopping de Ideais, reside no fato de que o mesmo inseriu no seu PLANO DE ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA uma tabela em desacordo com os preceitos legais que regem o presente certame licitatório.

De uma análise do referido Plano, se extraí:



a presença da campanha no cotidiano da comunidade. A combinação de mídia tradicional e digital atende à diversidade dos públicos e maximiza a abrangência e efetividade da campanha. A mídia tradicional fortalece o vínculo cultural e histórico junto à população local, enquanto as plataformas digitais ampliam o alcance, promovem a interação e estimulam a participação ativa. Para a simulação dos custos, foi considerada a verba referencial constante no briefing, utilizando valores da tabela vigente do SINAPRO/SC e dos veículos de comunicação, aplicando honorários de 15% sobre os serviços externos, conforme previsto no edital. A tabela a seguir apresenta a estimativa de custos por meio de veiculação. A campanha será veiculada antes e durante a data fictícia que marcará as festividades, com tempo estimado de 20 dias, podendo ser estendida com ajustes estratégicos posteriores. Conforme tabela simulada na sequência.

Meio	Qtde/Inserção	Custo Interno	Custo Terceiro	Custo Honorário	Valor total
Internet	28 dias	R$ 8.218,00	R$ 10.000,00	R$ 0,00	R$ 18.218,00
Rádio	69 inserções	R$ 3.215,00	R$ 15.870,00	R$ 0,00	R$ 19.085,00
Jornal	02 inserções	R$ 1.478,00	R$ 3.712,80	R$ 0,00	R$ 5.190,80
Outdoor	03 unidades	R$ 4.456,00	R$ 6.594,00	R$ 360,00	R$ 11.410,00
Televisão	08 inserções	R$ 7.159,00	R$ 14.465,00	R$ 189,00	R$ 21.813,00
Cartaz	100 unidades	R$ 3.672,00	R$ 446,25	R$ 78,75	R$ 4.197,00
Total dos custos de produção					R$ 4.185,00
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)					R$ 47.530,80
Total Geral					R$ 79.913,80

4

Ao inserir uma planilha no Plano apresentado, incorreu o Recorrido em vício insanável, eis que praticou ato em total desacordo com as premissas traçadas no edital.

O Edital é taxativo ao dispor que:

"7.2.4. Estratégia de mídia e não mídia: <u>apresentação de texto, em no máximo três páginas</u>, no qual a licitante deverá, com base em informações extraídas do Projeto Básico - Briefing e tendo como parâmetro a verba referencial estimada para a campanha, demonstrar conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha, definir os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha e apresentadas no quesito ideia

criativa, contendo a estratégia e tática de mídia e não mídia que justifiquem as opções escolhidas, identificando ainda as peças a serem veiculadas ou distribuídas e seus respectivos custos nominais de produção e de veiculação."

Em caso de necessidade de adicionar ao referido Plano **tabelas, planilhas e gráficos**, deveria o Recorrido ter seguido o cláusula 7.2.4.3, que assim dispõe:

"7.2.4.3. É permitida a inserção de anexos à estratégia de mídia e não mídia, inclusive a elaboração de tabelas, planilhas e gráficos, os quais não serão computados para fins do limite de páginas previsto no item 7.2.4. Nesse caso, os licitantes poderão utilizar fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação, devendo reiniciar a numeração de páginas e utilizar algarismos romanos.".

Tal prática fere a previsão consignada no Edital e também o princípio constitucional da Isonomia, eis que facilita a identificação do certamista.

Por essas razões, o reconhecimento de vício insanável pelo Recorrido, SHOPPING DE IDÉIAS, é matéria que se impõe e desde já se requer, razão pela qual, pugna o Recorrente pela desclassificação da referida agência.

Por fim, o Recorrido novamente incorreu na prática de vício insanável, ao apresentar seu plano contendo tabelas com cores e também orçamentos de fornecedores numerados, o que possibilita a identificação do Licitante.

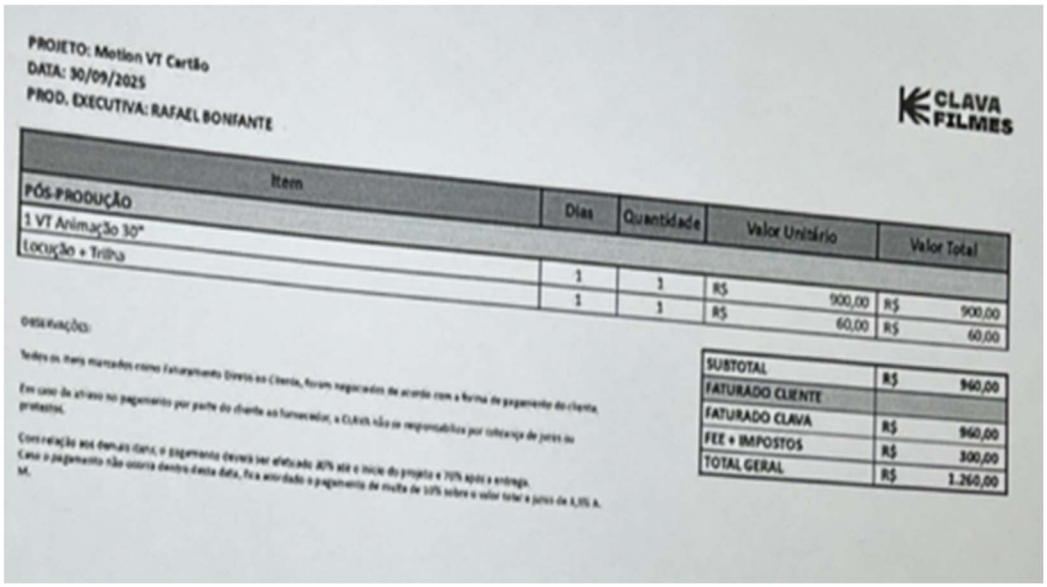
Tal fato, Nobre Julgador, não pode ser considerado como vício sanável, pois a presentado do referido plano se deu em total desacordo com as regras bem traçadas no ato convocatório.

Extrai-se do Edital que deu origem ao presente certame:

7.2.6. Em qualquer parte interna ou externa do envelope Nº 1, assim como nos documentos nele contidos, é proibida a aposição de marca, sinal, etiqueta, palavra, endereçamento, nome da licitante, assinatura, rubrica, clipes, ganchos, prendedores, encadernação ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa proponente, sob pena de desclassificação

Claro que referidas práticas são capazes de identificar a empresa proponente.

As tabelas abaixo, extraídas do Plano do Recorrido, demonstram a prática do ora alegado vício insanável:

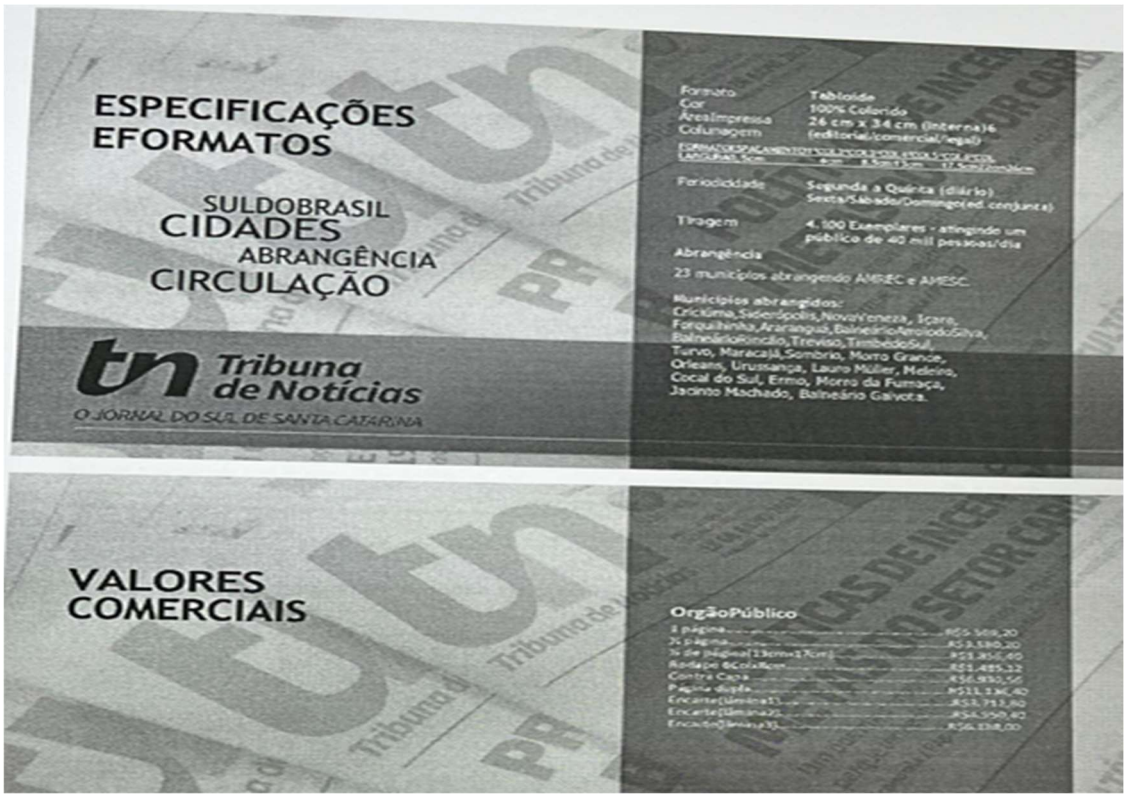


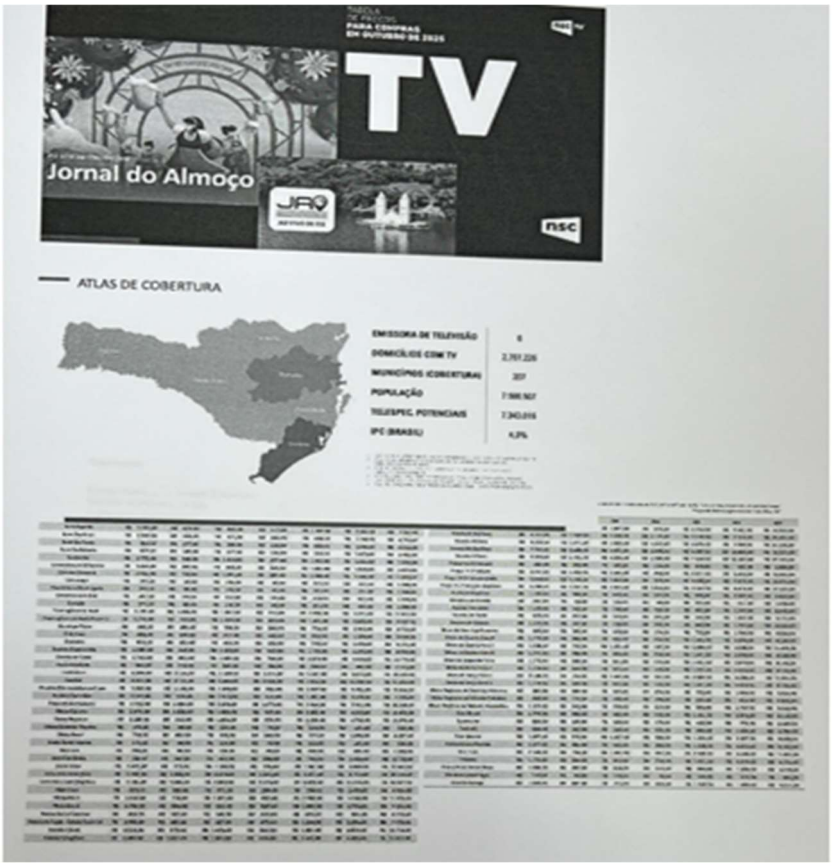
PROJETO: Motion VT Cartão
DATA: 30/09/2025
PROD. EXECUTIVA: RAFAEL BONFANTE

CLAVA FILMES

Item	Dias	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
PÓS-PRODUÇÃO				
1 VT Animação 30"	1	1	R$ 900,00	R$ 900,00
Locução + Trilha	1	1	R$ 60,00	R$ 60,00

SUBTOTAL	R$ 960,00
FATURADO CLIENTE	
FATURADO CLAVA	R$ 960,00
FEE + IMPOSTOS	R$ 300,00
TOTAL GERAL	R$ 1.260,00





Como visto, a apresentação do Plano, na forma e modo como apresentado pelo Recorrido, afronta as premissas legais consignadas no edital.

A utilização de cores nas tabelas, incorre em vício insanável pois a cláusula 7.4.4.3 dispõe textualmente que:

"7.4.4.3. Os documentos e informações não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada capaz de identificar a autoria deste, antes da abertura do Envelope Nº 2."

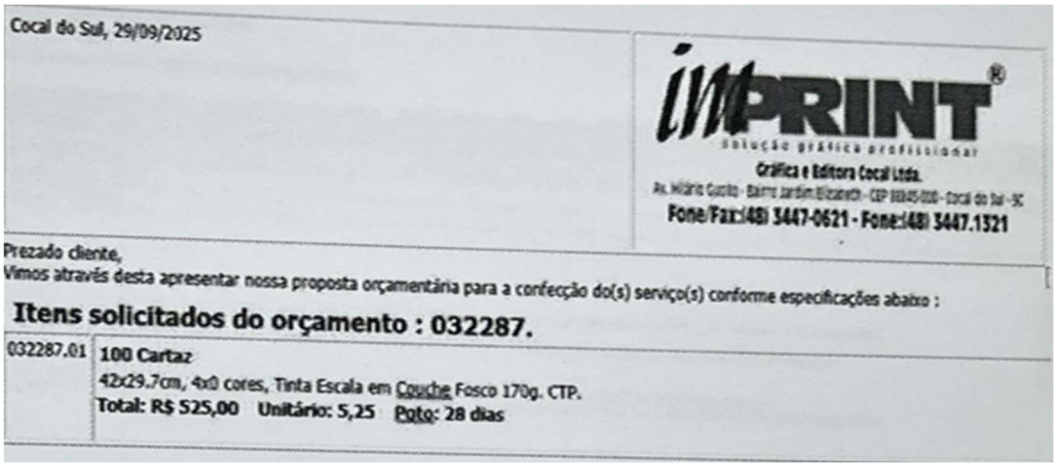
Registra-se ainda que alguns orçamentos apresentados pelo Recorrido, apresentam elementos que facilmente podem identifica-los, ferindo o princípio constitucional da isonomia.

A paridade, é requisito essencial e necessário na condução de todo e qualquer processo licitatório.

Ocorre que ao inserir em seu plano, orçamentos numerados, bastaria uma ligação a empresa que emitiu o orçamento indagando qual a empresa que solicitou aquele orçamento.

Facilita de forma sobremaneira, a identificação do Licitante, fato este proibido tanto no edital quanto na legislação pertinente que rege a espécie.

Recorta-se abaixo, alguns exemplos da infração em debate:



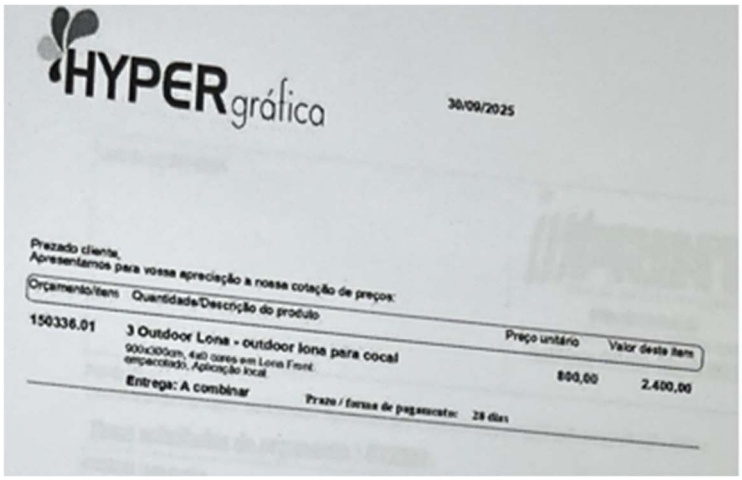
Cocal do Sul, 29/09/2025

IMPRINT®
solução gráfica profissional
Gráfica e Editora Cocal Ltda.
Fone/Fax:(48) 3447-0621 - Fone:(48) 3447.1321

Prezado cliente,
Vimos através desta apresentar nossa proposta orçamentária para a confecção do(s) serviço(s) conforme especificações abaixo :

Itens solicitados do orçamento : 032287.

032287.01	**100 Cartaz** 42x29.7cm, 4x0 cores, Tinta Escala em Couche Fosco 170g. CTP. **Total: R$ 525,00 Unitário: 5,25 Prazo: 28 dias**



HYPERgráfica

30/09/2025

Prezado cliente,
Apresentamos para vossa apreciação a nossa cotação de preços:

Orçamento/Item	Quantidade/Descrição do produto	Preço unitário	Valor deste item
150336.01	3 Outdoor Lona - outdoor lona para cocal 900x600cm, 4x0 cores em Lona Front empacotado, Aplicação local	800,00	2.400,00

Entrega: A combinar

Prazo / forma de pagamento: 28 dias

Como visto, a apresentação do Plano, na forma e modo como apresentado pelo Recorrido, afronta as premissas legais consignadas no edital.

Por essas razões, o reconhecimento de vícios insanáveis pelo Recorrido, SHOPPING DE IDÉIAS, é matéria que se impõe e desde já se requer, razão pela qual, pugna o Recorrente pela desclassificação da referida agência.

DO RECURSO DA CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA AGÊNCIA LEGADO

Analisando os documentos carreados ao processo licitatório pelo Recorrido Agência Legado, claro que o Recorrido incorreu em vício insanável, que enseja a sua desclassificação, diz respeito a forma e modo como foi apresentado pelo mesmo o seu PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

Assim prevê o ato convocatório:

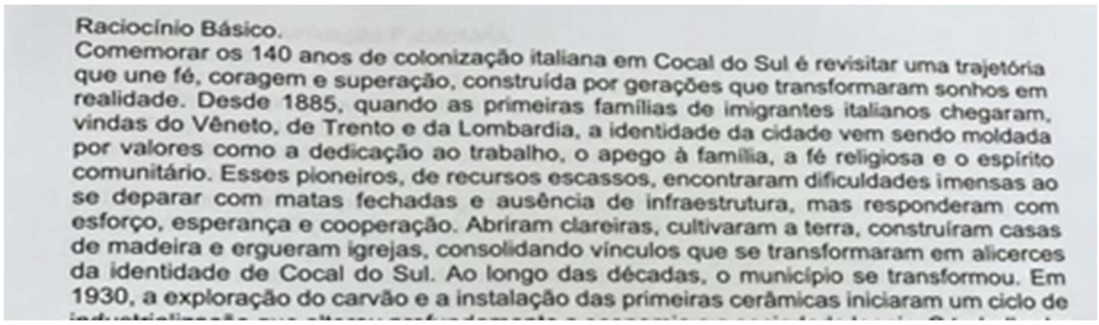
"7.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

...

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;"

Ocorre que analisando o Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelo Recorrido, claro que o mesmo incorreu em vício insanável ao apresenta-lo em desacordo com o ato convocatório.

Esse o recorte necessário plano apresentado pelo Recorrido:



Raciocínio Básico.
Comemorar os 140 anos de colonização italiana em Cocal do Sul é revisitar uma trajetória que une fé, coragem e superação, construída por gerações que transformaram sonhos em realidade. Desde 1885, quando as primeiras famílias de imigrantes italianos chegaram, vindas do Vêneto, de Trento e da Lombardia, a identidade da cidade vem sendo moldada por valores como a dedicação ao trabalho, o apego à família, a fé religiosa e o espírito comunitário. Esses pioneiros, de recursos escassos, encontraram dificuldades imensas ao se deparar com matas fechadas e ausência de infraestrutura, mas responderam com esforço, esperança e cooperação. Abriram clareiras, cultivaram a terra, construíram casas de madeira e ergueram igrejas, consolidando vínculos que se transformaram em alicerces da identidade de Cocal do Sul. Ao longo das décadas, o município se transformou. Em 1930, a exploração do carvão e a instalação das primeiras cerâmicas iniciaram um ciclo de

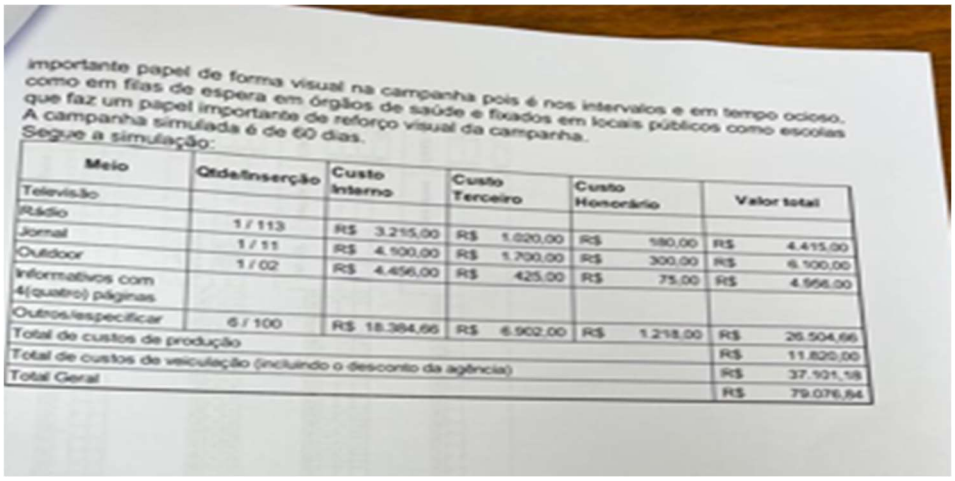
Como visto, na apresentação do referido plano, existem um **recuo**.

Tal prática fere a previsão consignada no Edital e também o princípio constitucional da Isonomia, eis que facilita a identificação do certamista.

Por essas razões, o reconhecimento de vício insanável pelo Recorrido, AGÊNCIA LEGADO, é matéria que se impõe e desde já se requer, razão pela qual, pugna o Recorrente pela desclassificação da referida agência.

Outro fato que também desclassifica o Recorrido Agência Legado, reside no fato de que o mesmo inseriu no seu PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA uma tabela em desacordo com os preceitos legais que regem o presente certame licitatório.

De uma análise do referido Plano, se extraí:



importante papel de forma visual na campanha pois é nos intervalos e em tempo ocioso, como em filas de espera em órgãos de saúde e fixados em locais públicos como escolas que faz um papel importante de reforço visual da campanha.
A campanha simulada é de 60 dias.
Segue a simulação:

Meio	Qtde/Inserção	Custo Interno	Custo Terceiro	Custo Honorário	Valor total
Televisão					
Rádio					
Jornal	1 / 113	R$ 3.215,00	R$ 1.020,00	R$ 180,00	R$ 4.415,00
Outdoor	1 / 11	R$ 4.100,00	R$ 1.700,00	R$ 300,00	R$ 6.100,00
Informativos com 4(quatro) páginas	1 / 02	R$ 4.456,00	R$ 425,00	R$ 75,00	R$ 4.956,00
Outros/especificar	6 / 100	R$ 18.384,66	R$ 6.902,00	R$ 1.218,00	R$ 26.504,66
Total de custos de produção					R$ 11.820,00
Total de custos de veiculação (incluindo o desconto da agência)					R$ 37.101,18
Total Geral					R$ 79.076,84

Ao inserir uma planilha no Plano apresentado, incorreu o Recorrido em vício insanável, eis que praticou ato em total desacordo com as premissas traçadas no edital.

O Edital é taxativo ao dispor que:

"7.2.4. Estratégia de mídia e não mídia: <u>apresentação de texto, em no máximo três páginas</u>, no qual a licitante deverá, com base em informações extraídas do Projeto Básico - Briefing e tendo como parâmetro a verba referencial estimada para a campanha, demonstrar conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha, definir os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha e apresentadas no quesito ideia criativa, contendo a estratégia e tática de mídia e não mídia que justifiquem as opções escolhidas, identificando ainda as peças a serem veiculadas ou distribuídas e seus respectivos custos nominais de produção e de veiculação."

Em caso de necessidade de adicionar ao referido Plano **<u>tabelas, planilhas e gráficos</u>**, deveria o Recorrido ter seguido a cláusula 7.2.4.3, que assim dispõe:

"7.2.4.3. É permitida a inserção de anexos à estratégia de mídia e não mídia, inclusive a elaboração de tabelas, planilhas e gráficos, os quais não serão computados para fins do limite de páginas previsto no item 7.2.4. Nesse caso, os licitantes poderão utilizar fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação, devendo reiniciar a numeração de páginas e utilizar algarismos romanos.".

Tal prática fere a previsão consignada no Edital e também o princípio constitucional da Isonomia, eis que facilita a identificação do certamista.

Tal prática, fere o artigo 59, I e II da Lei 14.133/21, que assim dispõe:

Art. 59 - Serão desclassificadas as propostas que:

I – contiverem vícios insanáveis;

II – não obedecerem às especificações técnicas pormenorizadas no edital;

Por essas razões, o reconhecimento de vício insanável pelo Recorrido, AGÊNCIA LEGADO, é matéria que se impõe e desde já se requer, razão pela qual, pugna o Recorrente pela desclassificação da referida agência.

Como visto, Nobre Comissão, tanto o Recorrido SHOPPNG DE IDÉIAS e AG~ENCIA LEGADO, incorreram em erro ao apresentarem seus planos e propostas em desacordo com o ato convocatória em total dissonância com o regramento legal vigente.

Legitimar referida prática, seria legitimar o absurdo e para isso, desnecessário lembrar, o direito não se presta.

Diante do todo o aqui relatado, requer o Recorrente com base no artigo 59, I e II da Lei 14.133/21, que seja por essa Douta Comissão, dado provimento ao presente recurso administrativo para que seja determinada a **DESCLASSIFICAÇÃO** das seguintes licitantes:

- **SHOPPING DE IDÉIAS** por ter infringido as cláusulas 6.1.1, b2 e c2; 6.1.2, a1; 7.2.5, c; 7.2.4; 7.2.4.3; 7.2.5 e 7.4.4.3 do ato convocatório;

- **AGÊNCIA LEGADO** por ter infringido as cláusulas 7.2.5; 7.2.4 e 7.2.4.3 do ato convocatório.

Nestes termos, pede deferimento.

Cocal do Sul, 17 de novembro de 2.025

Documento assinado digitalmente
gov.br
MARCOS ZANETTE
Data: 17/11/2025 11:15:09-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

PMZ COMUNICAÇÃO LTDA