



**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE PELOTAS
Departamento de Compras Governamentais**

**COMUNICADO
CONCORRÊNCIA 03/2022**

**(CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DOS
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E
INDIRETA DO MUNICÍPIO)**

Prezados Senhores:

A Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Pelotas, COMUNICA que está à disposição dessa Empresa, o recurso interposto pelo licitante PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

É fixado o prazo legal de 05 (cinco) dias úteis, a partir do recebimento deste, para apresentação de eventual impugnação ao recurso interposto para posterior análise e julgamento pela Comissão Permanente de Licitações.

Pelotas, 17 de NOVEMBRO de 2022.

Laura Elaine Corrêa Carriconde
Presidente da Comissão Permanente de Licitações
da Prefeitura Municipal de Pelotas



**ILMA. SRA. PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÕES - PREFEITURA
MUNICIPAL DE PELOTAS.**

Ref: **CONCORRÊNCIA n° 03/2022**
PROCESSO n° 200.005513/2022

**PRO TARGET COMUNICAÇÃO E
MARKETING LTDA.**, já qualificada,
participando da licitação pública em referência e
diante da decisão dessa Comissão Permanente
de Licitações pela classificação da licitante
ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.,
vem à mesma apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

com base no Art.5º, XXXIV, da Constituição Federal; no art. 109, inciso I, alínea "b" da Lei 8.666/93, e, ainda, com base no artigo 11, § 4º inciso X da Lei 12.232/2010, pelos seguintes fundamentos.



PRELIMINAR: A CLASSIFICAÇÃO DESTA RECORRENTE, NA ATA, ESTÁ EQUIVOCADA.

ESTA RECORRENTE *PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.* É A SEGUNDA COLOCADA NO CERTAME E NÃO A TERCEIRA, COMO CONSTOU.

A campanha apresentada por esta Recorrente sob o conceito *Em Frente Pelotas* atingiu uma pontuação que **a colocou em SEGUNDO LUGAR e não em TERCEIRO na Concorrência,** consoante equivocadamente constou da Ata de 03 de novembro de 2022.

Circunstância essa que, requeremos, deve ser corrigida.

Dito isso, passemos aos pontos em desfavor da Recorrida.

A LICITANTE *ENGENHO DE IDEIAS:*

DESCUMPRE A LEI 12.232/10 ✓

DESCUMPRE O EDITAL ✓

APRESENTA PROPOSTA TÉCNICA INCOMPLETA ✓

APRESENTA SINAL DISTINTIVO (TEORES DIFERENTES) NA SUA PROPOSTA TÉCNICA, QUE NÃO DEVERIA SER IDENTIFICADA ✓

E MESMO ASSIM SEGUE CLASSIFICADA NESTA CONCORRÊNCIA.

A regra da Lei 12.232/10 é conhecidíssima e vem sendo repetida há 12 anos, desde a publicação daquela Lei (grifamos e sublinhamos):



Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados **um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária** e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, **sem nenhum tipo de identificação.**

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária **TERÁ O MESMO TEOR** da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Obviamente que isso se repete no Edital desse Município, por transcrição quase literal daquela Lei, nos itens 3.1. e 3.2. do mesmo Edital, que vão resumidos nesse último, subitem 3.2.1. (grifamos, sublinhamos e destacamos):

3.2.1 No envelope n.º 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária - **via identificada, que constituir-se-á em uma CÓPIA do Plano de Comunicação - via não identificada**, mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, **sem a peça da ideia criativa.**

Há 12 anos, portanto, que essa subordinação dos editais de licitações para serviços de Publicidade e Propaganda à Lei 12.232/10 praticamente obriga a que um (o edital) praticamente transcreva o teor da outra (a Lei).

O que parece não ser muito lembrado nos editais, em si, mas que é indiscutivelmente consignado no **comando imperativo** daquela Lei, é o fato de que as duas vias (identificada e não identificada) **TERÃO O MESMO TEOR** (comando absoluta e indiscutivelmente **IMPERATIVO** que significa "**DEVERÃO TER**" e não um facultativo que diz que "**PODERÃO TER**").

O Edital; no caso desse Município de Pelotas, fala em "CÓPIA" o que é uma maneira mais suave de exigir que as duas vias tenham o "**MESMO TEOR**".

Então; se a Lei (que **hierarquicamente** está **acima do Edital**) e o próprio Edital dispõem que as duas vias devam ter O MESMO TEOR, **é absolutamente incompreensível** que esse Município agora aceite; e **tão somente da licitante ora Recorrida, algo que seja MENOS do que isso !!!**

Qual o motivo desse **PRIVILÉGIO à Recorrida** e dessa **QUEBRA DE ISONOMIA, em relação às demais licitantes?**

A via IDENTIFICADA da Recorrida tem **QUATRO PÁGINAS A MENOS** do que a via NÃO IDENTIFICADA !!!!

As páginas faltantes, se referem à **IDEIA CRIATIVA.**

Na **VIA IDENTIFICADA** as páginas 6,7,8,9 **não são iguais** às da **VIA NÃO IDENTIFICADA**, acarretando - como se disse antes e por decorrência lógica - que a via não identificada tem **QUATRO PÁGINAS A MAIS** do que a **VIA IDENTIFICADA.**

Primeiro, é importante sublinhar que **NADA JUSTIFICA** que as duas vias não tenham o **MESMO TEOR**, já que a Lei **DETERMINA** que elas tenham.

E se "determina", é porque é um comando imperativo, obrigatório.

Portanto, não há qualquer outra “interpretação” possível para a expressão “**TERÃO O MESMO TEOR**”, determinada pelo § 2º do art. 9º da Lei 12.232/10 e nem mesmo para a expressão “**CONSTITUIR-SE-Á EM UMA CÓPIA**” determinada pelo item 3 do Edital.

A situação em questão redundante em que o *Plano de Comunicação*; e que se configura na parte principal da Proposta Técnica da Recorrida, **está inexoravelmente INCOMPLETO !!!!**

Além de nitidamente CONTRADITÓRIO, pois não se sabe **qual foi a REAL PROPOSIÇÃO** da Recorrida: aquela da via **não identificada** ou aquela da via **identificada**?

De certa forma, também nos induz a cogitar que havendo uma via com **mais; ou com menos páginas do que a outra via que deveria lhe corresponder com plena identidade de textos**, isso poderia tornar mais fácil também **IDENTIFICAR** de quem fosse a correspondente proposta.

De todo modo, a questão da identificação, aqui, não é a mais importante, na medida em que essa situação somente poderia ocorrer se houvesse alguma espécie de conluio intencional entre a licitante e a Comissão. O que não acreditamos que ocorra.

O que verdadeiramente pesa, nesse caso, é **O DESCUMPRIMENTO DA LEI NO SENTIDO DE QUE AMBAS AS VIAS DEVAM TER O MESMO TEOR** e não um TEOR DIVERSO, como constou, **faltando a uma delas a IDEIA CRIATIVA, que também é um IMPERATIVO DA LEI (art. 7º inciso III) E DO EDITAL (item 4.1.3).**



O que não precisaria constar da via IDENTIFICADA seriam **OS EXEMPLOS** das peças referentes à Ideia Criativa.

Mas a própria Ideia Criativa, em si, obviamente deveria constar da VIA IDENTIFICADA como uma espécie de CONFIRMAÇÃO ASSINADA daquilo que foi proposto na via NÃO IDENTIFICADA.

A Recorrida adotou uma conduta que poderíamos considerar equivalente a DEIXAR DE "ASSINAR" a sua Ideia Criativa.

Ora, na medida em que a Recorrida apresentou a Ideia Criativa na via não identificada e, depois, parece ter abolido, ou anulado, a mesma Ideia, na via identificada, foi como se a *ENGENHO DE IDEIAS* tivesse apresentado tal Ideia Criativa "sem a sua assinatura de ratificação" (que seria a identificação da proposta).

O que se interpreta, também, como tendo apresentado uma Ideia Criativa no primeiro envelope e no segundo envelope parece ter "desistido" da mesma Ideia Criativa.

É, como se disse, um *Plano de Comunicação* e uma Proposta Técnica INCOMPLETOS e, sobretudo, **em desacordo com a Lei**, o que fere além da ISONOMIA em relação às demais licitantes (que apresentaram a Ideia Criativa nas duas vias), também o princípio da ESTRITA LEGALIDADE em relação a essa Municipalidade, por descumprir a Lei e o Edital.

E é por conta dessa ESTRITA LEGALIDADE que justamente se ESTRANHA a decisão dessa Comissão Permanente de Licitações, porque ao Município **não é dado DESCUMPRIR A LEI.**

Segundo o **princípio da legalidade**, o administrador não pode fazer o que bem entender na busca do interesse público, ou seja, tem que agir segundo a lei, **só podendo fazer aquilo que a lei expressamente autoriza e no silêncio da lei está proibido de agir.**

No momento em que a Lei 12.232/10 DETERMINA que as duas vias **"DEVERÃO TER" o mesmo teor**, aquele comando legal **não apresenta QUALQUER CONDICIONANTE** para essa determinação.

Então não venha, a Recorrida, ou o Sindicato da categoria, "opinar" no sentido de que as vias deverão ter o mesmo teor **"APENAS PARA FINS COMPARATIVOS"** ou que deverão ter o mesmo teor **"APENAS PARA FINS DE CONFIRMAÇÃO"**, **"APENAS PARA COTEJO ENTRE VIAS NÃO IDENTIFICADAS E IDENTIFICADAS"** e nem por qualquer outro argumento ACEITÁVEL.

Qualquer que seja esse argumento, ele jamais terá a força suficiente para contrariar a disposição EXPRESSA E IMPERATIVA da Lei 12.232/10.

Essas condicionantes acompanhadas da palavra "APENAS"; e que exemplificamos antes apenas para argumentar, absolutamente **NÃO EXISTEM** na Lei.

Há aqui, portanto, **o silêncio da Lei** a respeito de uma eventual tolerância a que as duas vias possam ter teores diversos, entre si.

A Lei diz que as duas vias DEVERÃO TER ("TERÃO") O MESMO TEOR.

Ponto final.

A Lei não condiciona isso a o que quer que seja e tampouco aceita explicações ou tergiversações.

Ou as duas vias são rigorosamente iguais (excetuada a identificação), ou não são. As da Recorrida **não eram**.



A INTERVENÇÃO DO SINDICATO OU DO "SISTEMA" NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA NO RS (SINAPRO-RS) NUMA DECISÃO QUE É DA COMPETÊNCIA ORIGINÁRIA EXCLUSIVA DESSE MUNICÍPIO E DESSA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES.

De acordo com o que consta do *website* do SINAPRO-RS, o mesmo agora se intitula *Sistema Nacional das Agências de Propaganda no RS* e não mais como *Sindicato* da mesma categoria de empresas de Propaganda.

Não importando que denominação possua, a sua atribuição jurídica e os seus objetivos são os de uma ENTIDADE SINDICAL, inegavelmente.

Segundo a Ata de Apuração do resultado Geral dessa Concorrência; datada de 03 de novembro de 2022, o SINAPRO proferiu um "*parecer, opinando pela ausência da necessidade de desclassificação da referida licitante, uma vez que o objetivo do envelope nº 02 é o cotejo entre vias não identificadas e identificadas*" (grifamos):

força do referido dispositivo, em consulta ao SINAPRO/RS (doc. anexado aos autos) obtivemos parecer, opinando pela ausência da necessidade de desclassificação da referida licitante, uma vez que o objetivo do envelope nº 02 é o cotejo entre vias não identificadas e identificadas. Sendo assim, restou comprovada a respectiva identificação entre as vias. Diante de tais considerações, decidimos conforme planilha de pontuação geral em anexo, pela seguinte decisão:

Esse parecer, diga-se, foi expressamente solicitado pela Sra. Presidente dessa Comissão Permanente de Licitações, via e-mail.



Essa Prefeitura Municipal **não é um associado** daquele Sindicato (ou *Sistema*); nem por competência, nem por jurisdição e sequer por natureza jurídica.

Há uma Procuradoria do Município ou, eventualmente, um consultor externo contratado que cumprem esse papel de prestar consultoria.

Ademais, um "Parecer Jurídico" (do SINAPRO, neste caso) **aceitando o descumprimento do art. 9º § 2º da Lei 12.232/10** é apenas a interpretação do advogado que o redigiu; e pode até ser uma respeitável interpretação.

Mas que **não pode ser tomada como sendo uma verdade absoluta**, especialmente porque cada vez mais procuradores e consultores da Administração Pública têm sido condenados nos Tribunais de Contas e no Judiciário por pareceres proferidos e apoiando decisões tomadas em desacordo com a Legislação.

O SINAPRO **não é** um procurador e tampouco um consultor dessa Administração Pública Municipal de Pelotas.

E, ainda que - por hipótese argumentativa - esse Município fosse um ente associado daquele *Sindicato* (ou *Sistema*, que o seja), a **Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)** tem refutado veementemente a possibilidade de que Sindicatos e entidades congêneres prestem consultoria aos seus associados, consoante se vê desse julgamento abaixo, proferido pelo Tribunal de Ética da OAB/SP, que grifamos:

"EXERCÍCIO PROFISSIONAL - CONSULTORIA JURÍDICA OFERTADA POR SINDICATO PARA SEUS FILIADOS OU ASSOCIADOS ESPECIAIS - IMPOSSIBILIDADE E LIMITES ÉTICOS - JURISPRUDÊNCIA CONSOLIDADA. O sindicato e as associações, por meio de seus advogados, não podem prestar consultoria jurídica aos filiados e a seus associados, porque não são entidades inscritas na OAB e não podem ser inscritos na OAB por determinação le-



gal. A consultoria jurídica é ato privativo dos advogados e das sociedades de advogados como deixa claro o artigo 1º e seu inciso II do Estatuto da Advocacia, Lei 8.906/94. **O sindicato não pode oferecer e nem prestar consultoria jurídica para assuntos individuais e particulares dos filiados e dos associados especiais. O advogado do sindicato só pode advogar para o sindicato nos assuntos de interesse do sindicato e para os filiados nos casos de substituição processual e de assistência.** O sindicato, por meio de seus advogados, sejam eles empregados ou autônomos, **pode prestar serviços jurídicos aos seus filiados apenas na substituição processual que deve restringir sua atuação aos interesses coletivos ou individuais da categoria,** conforme preceitua o art. 8º, III, da Constituição Federal, em todas as áreas do Direito, e na assistência gratuita regida pela Lei 5584/70. Precedentes: E-2.801/2003, E-3.291/2006, E-3.508/2006, E-3.580/2008, E-3.961/2010, E-4.269/2013, E-4.360/2014 e E-5.022/2018. Proc. E-5.032/2019 - v.u., em 26/06/2019, do parecer e ementa do Rel. Dr. LUIZ ANTONIO GAMBELLI, Rev. Dra. RENATA MANGUEIRA DE SOUZA - Presidente Dr. GUILHERME MARTINS MALUFE." (1ª turma de Ética Profissional do TED da OAB/SP na 625ª sessão).

Por certo que V.Sas., ou a Recorrida, alegarão que, neste caso específico, o SINAPRO-RS não prestou consultoria a um "filiado ou associado", porque o Município de Pelotas não se enquadra em qualquer dessas categorias.

Com efeito, **diretamente** não foi prestada essa consultoria a um associado ou filiado. Porém, **indiretamente** nós não temos a menor dúvida de que sim, foi prestada tal consultoria a uma filiada ou associada.

Isso porque **a consulta e o parecer vieram em proveito exclusivo** da Recorrida *ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.*, o que essa Comissão Permanente de Licitações afirma textualmente, na Ata de 03.11.2022, expressando que aquele SINAPRO proferiu um "parecer, opinando pela **ausência da necessidade de desclassificação da referida licitante**".

E V.Sas acataram INTEGRALMENTE o referido parecer.



E essa é uma situação que é agravada, de certa forma, pelo fato do sócio da *ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.*; o Sr. Ricardo Jacques, também ser um dos membros do Conselho Fiscal daquele SINAPRO (<https://sinaprors.com.br/quem-somos/>).

Assim, essa Administração Municipal deixar ao talante do SINAPRO praticamente DECIDIR pela classificação ou pela desclassificação de uma licitante na Concorrência; e muito especialmente quando aquela licitante **descumpra a Lei de regência**, essa não nos parece ser uma prática muito recomendável.

Especialmente quando se tem notícia (e já ocorreu no passado com esta Recorrente, por telefone) de o SINAPRO em alguns momentos se recusar (em nome da ética) a atender à consulta jurídica individual de uma licitante, a fim de não "tomar partido" em determinada licitação.

Nesse caso, o SINAPRO atendeu a um pedido desse Município e não diretamente de uma licitante, mas inegavelmente o "parecer favorável pela classificação" veio em proveito exclusivo da Recorrida, que é associada do Sindicato e que também tem um dos seus sócios como membro do Conselho Fiscal do mesmo Sindicato.

Quando a Recorrida não poderia estar classificada.

Mas há outros pontos.

A OFERTA DE SERVIÇOS A "PREÇO ZERO", PELA RECORRIDA, QUANDO A TABELA REFERENCIAL DO SINDICATO ESTABELECE PRECIFICAÇÃO PARA ESSES ITENS.

A Recorrida ofertou, na sua Estratégia, inserções nas **REDES SOCIAIS**, nos seguintes termos:

engenho de ideias

As pessoas se verão positivamente nas peças, identificando-se com o visual e com as mensagens, possibilitando a aproximação com quem sempre esteve ao lado delas: a Prefeitura. Através de uma linguagem simples e empática, apresentamos uma solução capaz de dialogar, orgulhar e engajar o público com simpatia e afetividade.

A escolha do mix de peças ocorre a partir dos nove meios sugeridos no edital. Assim, pensando em todos os fatores expostos no briefing, bem como na melhor utilização da verba disponível no período, nossa composição de peças conta com anúncio meia página em jornal e anúncio página em revista de Pelotas, divulgando a mensagem da campanha para a população. Contamos ainda com um filme manifesto de 60 segundos que será veiculado na TV, reforçando o tom sentimental e de pertencimento da campanha. Teremos ainda um spot de rádio de 30 segundos tocando os ouvidos e o coração dos pelotenses, cartaz e folder com distribuições em lugares estratégicos e outdoor para colocar a mensagem no caminho da população. Por fim, estaremos presentes no ambiente digital, com carrossel nas redes sociais e um hotsite, que, pela própria natureza da peça, reunirá a maior quantidade de conteúdo e informações referentes às realizações da Prefeitura, enfrentamento à pandemia e avanços e conquistas desse período de retomada – consequentemente, ampliando o envolvimento do pelotense com a cidade.

Como apenas as peças dos nove meios citados no edital serão avaliadas, conforme esclarecimento, as peças citadas acima serão aquelas divulgadas em nossa estratégia de mídia, dentro da verba referencial. Porém, ainda teremos outras peças para divulgação orgânica, sem custo, de modo a reforçar a comunicação.

A estratégia é capaz de destacar todos os pontos propostos no edital, assim como cumprir os objetivos do briefing. Trata-se de um grande marco no fortalecimento da imagem da atual gestão, além de envolver a população despertando o sentimento de acolhimento por uma cidade que tem capricho em tudo o que faz e carinho pelas pessoas.

Como todos sabemos há uma **VERBA REFERENCIAL**; estipulada no Edital, para que essa verba seja **completamente utilizada** no *Plano de Comunicação Publicitária*.

Como essa Presidente e a sua Comissão de Licitação (assim como a Subcomissão Técnica) não desconhecem, o texto legal que efetivamente rege as licitações para serviços de *Publicidade e Propaganda* é; desde o ano de 2010, a já mencionada Lei Federal 12.232/2010.



Assim, o *Plano de Comunicação Publicitária* é item **OBRIGATÓRIO DA PROPOSTA TÉCNICA** nas licitações para essa modalidade de serviços, tal como ocorre na presente Concorrência.

E esse *Plano de Comunicação Publicitária* deverá englobar; de acordo com o art. 7º (especialmente no inciso IV) da Lei 12.232/2010, os seguintes requisitos (grifamos):

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

*IV - estratégia de mídia e não mídia, em que **o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório**, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que **identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação**.*

Ora, Senhora Presidente, em "custos nominais de produção e veiculação" estão **NECESSARIAMENTE ENGLOBADOS** justamente os **CUSTOS DE PRODUÇÃO** dessas mesmas peças e a Recorrida não demonstra, e nem precifica, a produção dos *cards* e demais conteúdos (inclusive o mencionado *carrossel*) que, **obrigatoriamente**, estão precificados no item 8 da Tabela do Sindicato.



Daquela constam, por exemplo, gestão de canais e de conteúdo; gestão de monitoramento; criação de cards; de perfis; de conteúdo; personalização de perfil e inúmeros outros itens, todos tabelados.

Com isso, se vê que as **REDES SOCIAIS** e seus conteúdos estão no mesmíssimo patamar dos demais CUSTOS DE PRODUÇÃO.

Ou a Recorrida praticará **PREÇOS ZERO** para tanto; o que é vedado pela Legislação, ou os acrescerá "na vida real", e assim estaria extrapolando **a verba referencial para investimento** indicada no *briefing*, o que é vedado pelo Edital.

Não há nenhuma razão para que o Município **PRIVILEGIE** uma Agência que fez um Planejamento de Mídia inexequível ou, tentando "emendar" essa proposta técnica depois, extrapole a verba referencial expressamente permitida e limitada pelo Edital.

Porque se **NUMA SIMULAÇÃO** não se pode extrapolar a *verba referencial*, **na REALIDADE DO CONTRATO, efetivamente PROPOSTA E POR ESCRITO**, menos ainda se pode extrapolar o custo que o Município está disposto a pagar às licitantes ou aos veículos!

A proposta **EQUIVOCADA E SUPERIOR AO MÁXIMO** permitido demonstra, desde agora, e **ANTES DA CONTRATAÇÃO**, a falta de habilidade da licitante para lidar com a verba **REAL**.

Os gestores do Município, e desta Concorrência, não podem agir desconhecendo o fato de que uma licitante propôs **PREÇOS ZERO** ou que se tentar corrigir isso irá extrapolar a verba referencial, o que **ONERAM O MUNICÍPIO**.

Foi um erro? Talvez, mas isso aqui, no ambiente da licitação, não importa. Está ESCRITO NA PROPOSTA. E a proposta NÃO PODE SER MODIFICADA, sob pena de privilegiar uns licitantes em detrimento dos demais.



É possível seguir comparando a “extrapolação” da verba REAL com a VERBA REFERENCIAL do *Plano de Comunicação Publicitária*, pois os custos para “alimentar” e manter as REDES SOCIAIS são efetivos CUSTOS DE PRODUÇÃO.

Ainda comparando-se a correta aplicação da verba referencial, um dos requisitos da *Estratégia de Comunicação Publicitária*, aludida no item 4.1.2. do Edital, é justamente o de que as agências eventualmente contratadas atuem (grifamos):

“...devendo fundamentar a comunicação e defender essa opção com a explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer, e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar, sempre respeitando os limites da verba prevista”.

Já no que diz com a *Estratégia de Mídia e Não Mídia* aludida no item 4.1.4. do Edital; que também grifamos, é preciso que a agência contratada **não apenas tenha conhecimento** como **demonstre formalmente** uma

“Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing”

Repetindo, sempre, que a utilização da *verba referencial*, aqui, na fase de licitação, é em muito análoga à fase de contratação, aonde estão incluídos os CUSTOS DE PRODUÇÃO. Dentre eles, os custos envolvidos para a criação e a manutenção de perfis nas REDES SOCIAIS, cada vez mais necessários como estratégia.

Veja-se que todos os demais preços e condições que foram ofertados por aquela licitante no seu Planejamento de Mídia e Não Mídia aparentemente se enquadraram na *verba referencial*.



Não haveria qualquer razão, pois, para **abrir-se uma exceção** aos custos necessários para as ofertadas REDES SOCIAIS, quando a própria Tabela Referencial do Sindicato precifica todos esses custos.

Com isso, a equação preço; no caso da Recorrida, não "fecha" com a verba referencial estipulada pelo próprio Município.

Uma desobediência POR ESCRITO e durante a licitação.

O gestor público que concordar com a classificação de quem se opôs à regra do Edital, não poderá alegar desconhecimento de uma proposta feita por escrito e à vista dos demais licitantes que cumpriram o Edital.

Pois isso equivaleu àquela licitante dizer EXPRESSAMENTE *"ops, nos esquecemos de cotar o preço das redes sociais!"* ou, muito pior do que esquecimento, ambas estariam afirmando que *"essa verba de que dispõe o Município não irá bastar, caso seja necessário produzir conteúdo e demais conexos para as redes sociais"*.

Se esse Município de Pelotas **não se opusesse** a isso, ou se, após assinado o respectivo contrato, aceitasse negociar um REAJUSTE DE PREÇOS (vejam que na espécie **NÃO SE TRATARIA** de um **"reequilíbrio econômico-financeiro"** dos preços, mas de efetivo REAJUSTE) com a Recorrida, nenhum problema haveria.

Mas não é essa a questão.

Primeiro; e de antemão, nesta fase de licitação (portanto, **antes da assinatura do respectivo contrato**) esse Município já dispôs que **NÃO ACEITARIA** uma condição que extrapolasse o VALOR DA VERBA REFERENCIAL textualmente admitida pelo Edital.

Segundo, porque o item 5.3.2. do Edital dispõe que



"5.3.2 Os percentuais de desconto propostos serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto desta licitação, **sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante**".

Terceiro; e caso optasse por aceitar e tolerar; apenas da Recorrida que aquela ofertasse um PREÇO ZERO ou posteriormente um preço não enquadrado na verba referencial, essa Administração Pública Municipal **estaria indelevelmente quebrando um elemento importante**, e constitucional, na condução desta Concorrência, que seria o **TRATAMENTO IGUALITÁRIO ENTRE AS LICITANTES!**

Isso sem contar a questão da **DIVERGÊNCIA DE TEOR**, já mencionada nos itens precedentes deste *recurso administrativo*, entre **a via identificada e não identificada**, o que afronta o art. 9º § 2º da Lei 12.232/10.

Também, contido nessa sequência, está a implicação no **DESCUMPRIMENTO DO EDITAL**, que não pode ser tolerado a apenas algumas licitantes em absoluto detrimento das demais.

Não há outra conduta aceita, e esperada, dos licitantes, em relação à proposta de preços, ainda que seja no trato simulado da verba referencial e nesta fase da licitação.

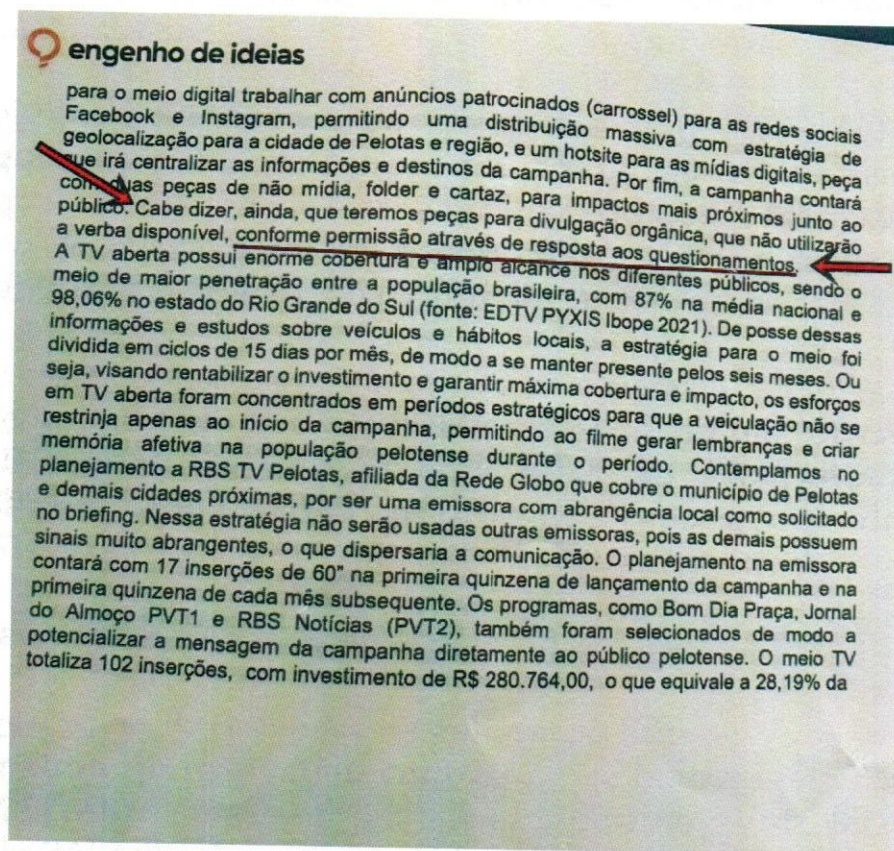
Em relação a esse desrespeito, não parece restar solução aplicável, na medida em que a aferição do conhecimento necessário para administrar a *verba referencial* no *Plano de Comunicação Publicitária*; e também a consequente e expressa previsão da **hipótese de desclassificação expressa**, nesses itens do Edital, foram postos lá justamente para servir como parâmetro aos licitantes.

Por decorrência lógica, se uma ou mais licitantes **não conseguem administrar** essa verba, automaticamente não estarão aptas para assumir a contratação.

E tampouco será viável, agora, acatar qualquer argumentação de “erro formal” no Plano de Mídia e Não Mídia já que os mesmos **são um espelho das exigências feitas no Edital** e visam facilitar a compreensão do avaliador sobre qual é a política de distribuição e aplicação de recursos que será executada na efetiva contratação da licitante.

Curiosamente, aliás, a Recorrida menciona uma “**permissão através de resposta aos questionamentos**” que não se sabe quais são tais questionamentos e nem a quem foram dirigidos, pois esta Recorrente não os encontrou e nem deles teve ciência.

Talvez somente a Recorrida tenha recebido algum esclarecimento; o que obviamente afrontaria o *princípio da publicidade* nas licitações:



Seja como for, e não havendo uma regra "diferente" para cada licitante mas a aplicação da mesma regra para todas, no caso, a falta de "orçamento" para as redes sociais é falha não suprível, levando o avaliador a uma apreciação inequívoca do descumprimento pela Recorrida.

Mas, sobretudo, mostram a dificuldade da licitante na montagem do seu planejamento da verba.

A Recorrida está sendo pontuada com a classificação semelhante à das outras licitantes, quando **NÃO CONSEGUIU** expressar um Plano de Mídia e Não Mídia em acordo com o Edital e a sua verba referencial.

Se por um lado isso numa contratação privada poderia ocorrer facilmente, **o mesmo não pode ocorrer num contrato administrativo, como será aquele firmado por esse Município** com a agência que vencer a Concorrência.

Por via lógica de consequência, o **PLANO DE MÍDIA apresentado** pela licitante para a realização dessa veiculação nas redes sociais **NÃO É FACTÍVEL, pois provavelmente implicaria numa IMPOSSIBILIDADE ou; senão isso, num CUSTO BEM MAIOR** do que aquele apresentado e extrapolando a verba referencial que o Município estipulou ou apresentando PREÇO ZERO, o que também não é permitido.

Essa é a inexecuibilidade na "proposta de preços" da Recorrida, já aqui na fase de licitação e da verba referencial da simulação.

Por isso também é que desde logo se requer **a DESCLASSIFICAÇÃO** da mesma.



"Na Administração Pública não há liberdade nem vontade pessoal. Enquanto na administração particular é lícito fazer tudo que a lei não proíbe, **na Administração Pública só é permitido fazer o que a lei autoriza**".

(HELY LOPES MEIRELLES)

O PEDIDO.

Essa Comissão Permanente de Licitações, avaliando a questão sob o ângulo da **ESTRITA LEGALIDADE**, da **IGUALDADE** e da **VINCULAÇÃO AO EDITAL** há de acolher as razões de fato e de direito antes apresentadas por esta Recorrente e **DESCCLASSIFICAR** a licitante **ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.**, dando integral provimento ao presente recurso administrativo.

Pede Deferimento.

Novo Hamburgo, RS, 10 de novembro de 2022.

MARIA HELENA PIAGETI

MULLER:25693107000

Assinado de forma digital por

MARIA HELENA PIAGETI

MULLER:25693107000

Dados: 2022.11.10 14:09:32 -03'00'

PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

MARIA HELENA PIAGETTI MÜLLER

Diretora



Ministério da Economia
Secretaria de Governo Digital
Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração
Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)

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

43200508429

Código da Natureza Jurídica

2062

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

1 - REQUERIMENTO

Nome: **ILMO(A). SR.(A) PRESIDENTE DA Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul**
PRO TARGET COMUNICACAO E MARKETING LTDA

(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº FCN/REMP



RSN2286222172

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1	002			ALTERACAO
		051	1	CONSOLIDACAO DE CONTRATO/ESTATUTO
		025	1	EXTINCAO DE FILIAL NA UF DA SEDE

NOVO HAMBURGO

Local

13 Julho 2022

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 Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 8365516 em 22/07/2022 da Empresa PRO TARGET COMUNICACAO E MARKETING LTDA, CNPJ 88271747000125 e protocolo 222399325 - 19/07/2022. Autenticação: 2DFE78A10682BB9E9438BEC2039C8633D22B6. José Tadeu Jacoby - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 22/239.932-5 e o código de segurança F2QJ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 22/07/2022 por José Tadeu Jacoby Secretário-Geral.



JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO
RIO GRANDE DO SUL
Registro Digital

Capa de Processo

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
22/239.932-5	RSN2286222172	13/07/2022

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
094.337.240-20	OSVALDO RICARDO MULLER	13/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  		
Selo Ouro - Certificado Digital, Selo Prata - Cadastro via Internet Banking		



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul



**ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL DE
PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**

CNPJ 88.271.747/0001-25

OSVALDO RICARDO MULLER, brasileiro, natural de Novo Hamburgo/RS, casado pelo regime comunhão parcial de bens, nascido em 24/08/1949, comerciante, residente e domiciliado na rua Urca, nº 56, apartamento 301, bairro Centro, na cidade de Novo Hamburgo/RS, CEP 93510-280, inscrito no CPF sob nº 094.337.240-20, portador da carteira de identidade sob nº 8005159739, expedida pela SSP/RS;

MARIA HELENA PIAGETI MULLER, brasileira, natural de Porto Alegre/RS, casada pelo regime de comunhão parcial de bens, nascida em 26/12/1953, publicitária, residente e domiciliada na rua Urca, nº 56, apartamento 301, bairro Centro, na cidade de Novo Hamburgo/RS, CEP 93510-280, inscrita no CPF sob nº 256.931.070-00, portadora da carteira de identidade sob nº 7027206429, expedida pela SJS/RS;

ANNIE PIAGETTI MULLER, brasileira, natural de Novo Hamburgo/RS, casada pelo regime da separação de bens, publicitária, residente e domiciliada na Rua Marques do Pombal, nº 940, Bairro Moinhos de Vento, na cidade de Porto Alegre/RS, CEP 90.540-000, inscrita no CPF sob nº 013.075.600-83, portadora da Carteira de Identidade sob nº 2050387352, expedida pela SSP/RS, em 05.09.2007;

RICARDO PIAGETTI MULLER, brasileiro, natural de Novo Hamburgo/RS, solteiro, maior, nascido em 08.02.1991, publicitário, residente e domiciliado na Rua Urca, nº 56, apartamento 301, Bairro Centro, na cidade de Novo Hamburgo/RS, CEP 93.510-280, inscrito no CPF sob nº 027.692.830-06, portador da Carteira de Identidade sob nº 2059129235, expedida pela SSP/RS, em 07.12.2007.

Únicos sócios componentes da sociedade limitada **PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**, CNPJ nº 88.271.747/0001-25, com sede na Av. Doutor Mauricio Cardoso, nº 1300, Escritório 402, bairro Hamburgo Velho, na cidade de Novo Hamburgo/RS, CEP 93548-515 com seu contrato social arquivado na Junta Comercial do Rio Grande do Sul sob nº 43200508429, resolvem de comum acordo e em conjunto alterar e consolidar o referido contrato social, o fazem pela forma que segue:

I. DA EXTINÇÃO DA FILIAL

Os sócios decidem extinguir a filial estabelecida sob CNPJ 88.271.747/0003-97 e registrada na Junta Comercial sob o NIRE 43901849613, situada na rua Senador Salgado Filho, 447, Sala CW 032, bairro Centro, Gramado/RS, CEP 95670-000.

Pág. 1/11



CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

I. DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FORO, OBJETIVO DURAÇÃO

Cláusula Primeira: Pelo presente instrumento contratual particular, e pela legislação aplicável, está constituída uma sociedade empresária limitada, conforme art. 1.052 do Código Civil, que gira sob a denominação social de PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Cláusula Segunda: A sociedade tem sua sede social e seu foro jurídico na Av. Doutor Maurício Cardoso, nº 1300, Escritório 402, Bairro Hamburgo Velho, Novo Hamburgo/RS, CEP 93.548-515.

Parágrafo Único: Por deliberação de sua administração, a sociedade poderá criar, instalar e extinguir filiais, escritórios, postos de venda e de representação, em qualquer parte do território nacional e exterior, obedecida a legislação vigente.

Cláusula Terceira: A sociedade tem como objetivos sociais:

- a) Agência de publicidade e propaganda;
- b) Planejamento e criação de conteúdo publicitário de estandes para feiras e exposições;
- c) Promoção de vendas e execução de campanhas publicitárias;
- d) Marketing direto, comunicação e gestão de mídias sociais/digitais;
- e) Consultoria de imprensa em mídia analógica e digital para o setor de feiras e/ou eventos.

Cláusula Quarta: A sociedade iniciou as atividades em 30 de junho de 1982 e o prazo de sua duração é por tempo indeterminado.

II. DO CAPITAL SOCIAL E DA REponsABILIDADE DOS SÓCIOS

Cláusula Quinta: O capital social é de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), dividido em 50.000 (cinquenta mil) quotas, no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscrito e integralizado, assim distribuído entre os sócios:

SÓCIOS	QUOTAS	CAPITAL SOCIAL
OSVALDO RICARDO MÜLLER	24.500	R\$ 24.500,00
MARIA HELENA PIAGETTI MÜLLER	24.500	R\$ 24.500,00
ANNIE PIAGETTI MÜLLER	500	R\$ 500,00
RICARDO PIAGETTI MÜLLER	500	R\$ 500,00
TOTAL	50.000	R\$ 50.000,00

Cláusula Sexta: A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor das suas quotas, não respondendo de forma solidária ou subsidiária pelas obrigações da sociedade, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.



Cláusula Sétima: A sociedade é de cunho familiar e de pessoas, não podendo as quotas representativas do capital social, em qualquer hipótese, ser penhoradas, gravadas ou dadas em garantia de qualquer natureza.

III. DA ADMINISTRAÇÃO, DA REMUNERAÇÃO E DA RESPONSABILIDADE DOS ADMINISTRADORES

Cláusula Oitava: A sociedade será administrada, por prazo indeterminado, pelos sócios OSVALDO RICARDO MÜLLER, MARIA HELENA PIAGETTI MÜLLER, ANNIE PIAGETTI MÜLLER e RICARDO PIAGETTI MÜLLER, ficando investidos, cada um, individualmente, dos poderes de usar o nome empresarial, de representação ativa e passiva da sociedade, em juízo e fora dele, e de praticar todos os atos de administração e de gestão.

Parágrafo Único: Para os seguintes atos de administração é necessária a atuação conjunta de dois sócios administradores, sendo sempre um deles o sócio OSVALDO RICARDO MÜLLER:

- a) Para a alienação de bens imóveis, assim como a instituição de ônus reais sobre os mesmos;
- b) Para a nomeação de procuradores para atuação que não seja a judicial com poderes para o foro;
- c) Para a contratação de obrigações em geral, mútuos e financiamentos bancários, ou não, em valor maior que 20% (vinte por cento) do capital social.

Cláusula Nona: Os administradores poderão constituir e nomear procuradores para agir em nome da sociedade, especificando no instrumento os atos e operações que estes poderão praticar e a duração do mandato, que não poderá ser superior a um ano, salvo no caso de mandato judicial com poderes para o foro, que poderá ser por prazo indeterminado.

Cláusula Décima: Os procuradores poderão ser nomeados para atuação isolada em nome da sociedade, mas para alienar e onerar bens do ativo imobilizado e contratar obrigações, mútuos e financiamentos bancários, ou não, deverão ter poderes especiais.

Cláusula Décima Primeira: Os administradores receberão a remuneração que lhes for fixada pelos sócios em reunião.

Cláusula Décima Segunda: Os administradores ficam dispensados de prestar caução, mas respondem pessoalmente pelos atos que praticarem em desacordo com este contrato e a legislação.

Cláusula Décima Terceira: Não terão eficácia perante a sociedade, sendo nulos de pleno direito, os atos estranhos aos objetivos sociais praticados pelos administradores, tais como concessão de avais e fianças, endossos ou garantias de favor.

Cláusula Décima Quarta: A sociedade poderá eleger administradores não sócios, na forma da legislação em vigor.



IV. DA ALIENAÇÃO E CESSÃO DAS QUOTAS

Cláusula Décima Quinta: As quotas sociais não podem ser alienadas, doadas, cedidas ou transferidas, total ou parcialmente, a quem não seja sócio ou herdeiro de sócio, a não ser que haja concordância escrita da unanimidade dos sócios.

Cláusula Décima Sexta: O sócio que desejar alienar as suas quotas para terceiro, deverá apresentar proposta de venda, por escrito, à sociedade e aos demais sócios, especificando o preço e as condições de pagamento. Os sócios terão prazo de 30 (trinta) dias para aceitar a proposta ou fazer contraproposta, sempre considerando a proporção das suas participações. Não havendo interesse na aquisição, ou havendo sobras ou não obtida a concordância dos sócios que representam a maioria do capital social para a transferência a terceiros, o sócio poderá se retirar da sociedade, de conformidade com as cláusulas deste contrato.

V. DO FALECIMENTO, DA SEPARAÇÃO JUDICIAL, DO DIVÓRCIO E DISSOLUÇÃO DE UNIÃO ESTÁVEL

Cláusula Décima Sétima: Em caso de falecimento de um sócio, os seus herdeiros legais receberão os haveres do mesmo, na forma das cláusulas deste contrato, com a redução proporcional do capital social, a não ser que haja acordo entre os sócios remanescentes e os herdeiros para o ingresso deles, ou de parte deles, na sociedade.

Cláusula Décima Oitava: No caso de serem atribuídas quotas a cônjuge ou convivente não sócio, em partilha decorrente de separação judicial, divórcio ou dissolução de união estável de sócio, ao mesmo serão pagos os respectivos haveres, na forma deste contrato, a não ser que a unanimidade dos sócios remanescentes admita o ingresso dele na sociedade.

VI. DA RETIRADA E DA EXCLUSÃO

Cláusula Décima Nona: O sócio que desejar se retirar da sociedade comunicará sua intenção, por escrito, aos administradores. Esta comunicação implicará no seu imediato afastamento da administração, se dela estiver participando, tendo a partir de então a sociedade 90 (noventa) dias para promover a apuração de haveres e formalizar a retirada por alteração contratual.

Cláusula Vigésima: A unanimidade dos sócios remanescentes pode excluir da sociedade o sócio que ponha em risco a continuidade da empresa, promovendo a respectiva alteração contratual como previsto no Código Civil.

VII. DA CONTINUIDADE DA SOCIEDADE, DA APURAÇÃO DE HAVERES, DA DISSOLUÇÃO E DA LIQUIDAÇÃO

Cláusula Vigésima Primeira: A sociedade não se dissolverá e, conseqüentemente, não entrará em liquidação, por retirada, exclusão, falecimento, falência,

Pág. 4/11



insolvência ou incapacidade de qualquer dos sócios, deste que os remanescentes queiram o seu prosseguimento.

Cláusula Vigésima Segunda: Os haveres do sócio retirante, falecido, excluído, insolvente, incapacitado, falido, ou que tiver quotas partilhadas, serão apurados, pelos sócios remanescentes, no prazo de 90 (noventa) dias, através de balanço especial levantado no último dia do mês em que ocorrer qualquer dos casos que o motivarem e determinará o valor da participação reembolsável ao sócio.

Cláusula Vigésima Terceira: Os haveres referidos e apurados na forma da cláusula anterior serão pagos da seguinte forma e condições:

a) preferencialmente pela entrega de bens da sociedade, os quais serão definidos de comum acordo, assegurado aos sócios remanescentes o direito de permanência com os bens necessários para a continuidade dos negócios sociais, e ou

b) em moeda corrente, em até 24 (vinte e quatro) parcelas mensais e consecutivas, com juros de 6% (seis por cento) ao ano, tendo como termo inicial 30 (trinta) dias do encerramento do balanço especial antes referido, vencendo-se a primeira 90 (noventa) dias da ocorrência do fato que motivou a perda da condição de sócio.

VIII. DOS BALANÇOS E DA DESTINAÇÃO DOS RESULTADOS

Cláusula Vigésima Quarta: Ao término do exercício social, em 31 de dezembro de cada ano, os administradores prestarão contas da sua administração, elaborando o balanço geral da sociedade, com o inventário, o balanço patrimonial e o de resultado econômico.

Parágrafo Único: A sociedade poderá levantar balanços intermediários durante os exercícios, para apuração parcial de seus resultados e nestes casos deliberar pela distribuição antecipada dos lucros respectivos aos cotistas.

Cláusula Vigésima Quinta: Do resultado apurado no balanço geral serão deduzidos os prejuízos acumulados e a previsão para os tributos, distribuindo-se o lucro líquido do exercício, ou as perdas, se houverem, aos sócios cotistas em proporção entre eles definida, que poderá ser diferente e distinta da dos percentuais de participação dos sócios no capital social. Os lucros também poderão ser retidos, total ou parcialmente, para reforçar o capital de giro da empresa.

IX. DAS DELIBERAÇÕES DOS SÓCIOS

Cláusula Vigésima Sexta: As deliberações dos sócios serão tomadas em reunião, atendidas as seguintes formalidades:

a) As reuniões serão convocadas pelos administradores ou por qualquer sócio que detenha, pelo menos, 1% (um por cento) do capital social;

b) Os sócios serão convocados pessoalmente para as reuniões, com prazo de cinco dias de antecedência, por escrito, contra recibo na segunda via. Em caso de recusa em receber a convocação, a mesma será feita por Correio com AR, no endereço constante

Pág. 5/11



no Contrato Social;

c) As convocações informarão a ordem do dia, o local, a hora, o dia do mês e ano das reuniões. O local será sempre o da sede da sociedade a não ser em caso de força maior;

d) A reunião será presidida e secretariada pelos sócios escolhidos entre os presentes. Ela se instalará com a presença dos sócios titulares de 75% (setenta e cinco por cento) do capital social. Não alcançado este quórum, será feita uma segunda convocação, quando a reunião se instalará com qualquer quórum;

e) Dos trabalhos e deliberações da reunião será lavrada uma ata em forma sumária, em folhas avulsas, a qual será assinada por quem a presidiu e a secretariou e por tantos quantos bastem para a validade das deliberações;

f) Dependendo da matéria tratada e deliberada na reunião, os sócios presentes decidirão sobre o registro ou não da ata na Junta Comercial;

g) As formalidades das convocações previstas nesta cláusula ficam dispensadas quando todos os sócios comparecerem à reunião, ou se declararem por escrito estarem cientes dela, do local, data, hora e ordem do dia;

h) A reunião de que trata esta cláusula fica dispensada se todos os sócios decidirem e registrarem por escrito a matéria que seria objeto dela.

Cláusula Vigésima Sétima: As modificações do contrato social, a incorporação, fusão, cisão, dissolução, cessação do estado de liquidação, a designação e a destituição de administrador sócio ou não, dependem do consentimento dos sócios que representam 75% (setenta e cinco por cento) do capital social; todas as demais deliberações serão tomadas pelos sócios que representam a maioria do capital social.

X. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

Cláusula Vigésima Oitava: Ficam revogadas todas as cláusulas e condições anteriores do contrato social e de suas alterações, passando o presente instrumento de alteração e consolidação a ser o único a regular a sociedade, observando-se o que nele não estiver previsto o que dispõe o Código Civil.

Cláusula Vigésima Nona: Os sócios e administradores declaram que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em decorrência de condenação a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, por crime falimentar, prevaricações, peita ou suborno, concussão, peculato, por crime contra a economia popular, contra o sistema financeiro, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, a fé pública ou a propriedade.

E por estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento em 01 (uma) via em igual teor e forma a qual, arquivada na Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul, produzirá os efeitos jurídicos e legais pretendidos.

Novo Hamburgo, 13 de julho de 2022.

Pág. 6/11



MARIA HELENA PIAGETI MULLER

OSVALDO RICARDO MULLER

ANNIE PIAGETI MULLER

RICARDO PIAGETI MULLER

Pág. 7/11



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 8365516 em 22/07/2022 da Empresa PRO TARGET COMUNICACAO E MARKETING LTDA, CNPJ 88271747000125 e
protocolo 222399325 - 19/07/2022. Autenticação: 2DFE78A10682BB9E9438BEC2039C8633D22B6. José Tadeu Jacoby - Secretário-Geral. Para
validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 22/239.932-5 e o código de segurança F2QJ Esta cópia
foi autenticada digitalmente e assinada em 22/07/2022 por José Tadeu Jacoby Secretário-Geral.











pág. 9/12



JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO
RIO GRANDE DO SUL
Registro Digital

Documento Principal

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
22/239.932-5	RSN2286222172	13/07/2022

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
013.075.600-83	ANNIE PIAGETTI MULLER	19/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  		
Selo Prata - Biometria Facial		
256.931.070-00	MARIA HELENA PIAGETI MULLER	13/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  		
Selo Ouro - Certificado Digital		
094.337.240-20	OSVALDO RICARDO MULLER	13/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  		
Selo Ouro - Certificado Digital, Selo Prata - Cadastro via Internet Banking		
027.692.830-06	RICARDO PIAGETTI MULLER	19/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  		
Selo Ouro - Certificado Digital		



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul





TERMO DE AUTENTICAÇÃO - REGISTRO DIGITAL









Certifico que o ato, assinado digitalmente, da empresa PRO TARGET COMUNICACAO E MARKETING LTDA, de CNPJ 88.271.747/0001-25 e protocolado sob o número 22/239.932-5 em 19/07/2022, encontra-se registrado na Junta Comercial sob o número 8365516, em 22/07/2022. O ato foi deferido eletronicamente pelo examinador Fabiane Stefani Fetter.

Certifica o registro, o Secretário-Geral, José Tadeu Jacoby. Para sua validação, deverá ser acessado o sítio eletrônico do Portal de Serviços / Validar Documentos (<https://portalservicos.jucisrs.rs.gov.br/Portal/pages/imagemProcesso/viaUnica.jsf>) e informar o número de protocolo e chave de segurança.

Capa de Processo

CPF	Nome	Assinante(s)	Data Assinatura
094.337.240-20	OSVALDO RICARDO MULLER		13/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  			
Selo Ouro - Certificado Digital, Selo Prata - Cadastro via Internet Banking			

Documento Principal

CPF	Nome	Assinante(s)	Data Assinatura
013.075.600-83	ANNIE PIAGETTI MULLER		19/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  			
Selo Prata - Biometria Facial			
256.931.070-00	MARIA HELENA PIAGETI MULLER		13/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  			
Selo Ouro - Certificado Digital			
094.337.240-20	OSVALDO RICARDO MULLER		13/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  			
Selo Ouro - Certificado Digital, Selo Prata - Cadastro via Internet Banking			
027.692.830-06	RICARDO PIAGETTI MULLER		19/07/2022
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br  			
Selo Ouro - Certificado Digital			

Data de início dos efeitos do registro (art. 36, Lei 8.934/1994): 13/07/2022



Documento assinado eletronicamente por Fabiane Stefani Fetter, Servidor(a) Público(a), em 22/07/2022, às 07:10.



A autenticidade desse documento pode ser conferida no [portal de serviços da jucisrs](http://portalservicos.jucisrs.rs.gov.br/Portal/pages/validarDocumento.jsf) informando o número do protocolo 22/239.932-5.

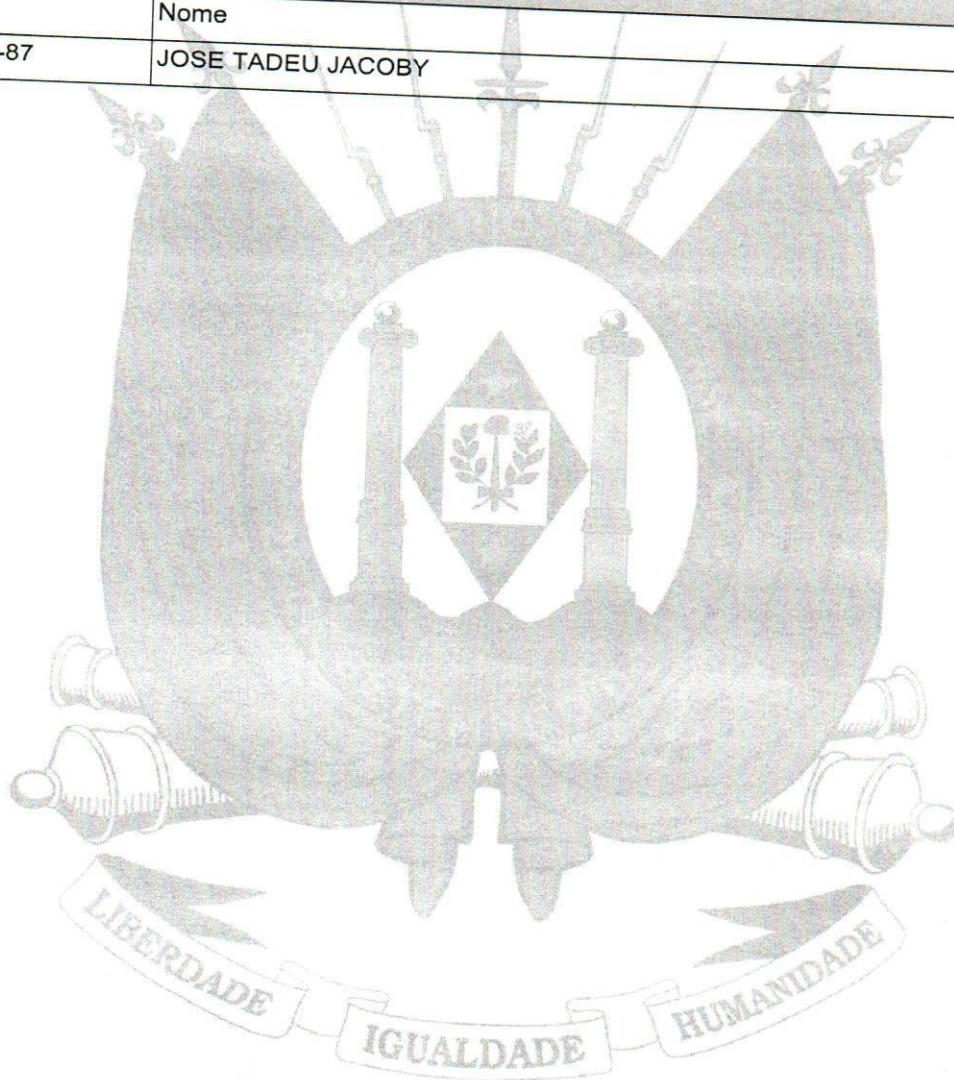




JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO
RIO GRANDE DO SUL
Registro Digital

O ato foi assinado digitalmente por :

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
054.744.500-87	JOSE TADEU JACOBY



Porto Alegre, sexta-feira, 22 de julho de 2022

