

À

Superintendência Municipal de Água e Esgoto de Catalão –GO.

Departamento de Licitações e Contratos da Comissão de Licitações e Equipe de Apoio

Rua Kaveffs Abrão, 660, Setor Leão – Bairro São Francisco - Catalão/GO

Ref.: Tomada de Preços 001/2021

Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de divulgação dos programas, ações e campanhas institucionais da Superintendência Municipal de Água e Esgoto – SAE, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no Termo de Referência e anexos deste Instrumento Convocatório.

A **TBZ/MD AGENCIA DE PUBLICIDADE**, inscrita no CNPJ Nº. 17.368.188/0001-28; sediada na cidade de Brasília – DF, visando participar da referida Tomada de Preços, neste ato representada por seu Representante Legal, Sr. César Augusto N. Santos, portador do CPF nº 020.066.621-55, vem respeitosa e tempestivamente, perante ao senhor Presidente dessa Comissão de Licitações apresentar

IMPUGNAÇÃO

ao instrumento convocatório, uma vez que o edital possui inúmeros erros e regras contraditórias entre seus próprios anexos como Briefing e Termo de Referência, sendo impossível elaborar as propostas, devendo portanto ser recolhido para as devidas correções.

DA TEMPESTIVIDADE

De início, esta petição é tempestiva por encontrar-se dentro do prazo processual previsto na legislação vigente, bem como previsto no próprio edital, em seu item 3.5.

*“3.5. Decairá do direito de impugnar os termos do instrumento convocatório perante a administração o licitante que não o fizer **ATÉ O 02 (SEGUNDO) DIA ÚTIL que anteceder à data de realização da Sessão Pública**, impugnação esta que deverá ser protocolada conforme especificado no subitem 3.3.acima, hipótese que tais razões não terão efeito de recurso.” **Grifo nosso!***

Desta forma, considerando que a data de realização da sessão e abertura da licitação está marcada para o dia 25/05/2021 e o prazo é até o segundo dia útil, conta-se:

01 (um) dia útil anterior =24/05;

02 (dois) dias úteis anteriores = 21/05

Logo, o prazo final para apresentação da impugnação é dia 21/05, sendo portanto tempestivo esta petição.

DAS RAZÕES

As falhas, erros e divergências contidas no edital e seus anexos, ferem a premissa básica do processo licitatório, comprometendo o edital como a regra clara e vinculante, a própria Lei que deveria ser seguida por todos os interessados. Contrariando a legislação e o Edital em seu item 1.2 que diz:

*1.2. **As regras estabelecidas no presente Instrumento Convocatório vinculam-se às que prevista no Termo de Referência e anexos, e aquelas reciprocamente a este, ainda que não contidas e/ou replicadas em um ou outro instrumento, sendo obrigatória a interpretação, análise, compreensão e aceitação integrativa e conjuntiva de todos os instrumentos componentes deste processo licitatório. Grifo nosso!***

Uma vez que temos divergências entre edital e seus anexos, como briefing e termo de referência, o órgão licitante deixou de fornecer as condições mínimas e suficientes para os licitantes elaborarem suas propostas, descumprindo os princípios da Lei 8.666, bem como contrariando o instrumento convocatório, item 2.1.4 do Termo de Referência que diz:

*2.1.4. **Briefing: o documento no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica em um processo licitatório ou a proposição de ação durante a execução do contrato; Grifo nosso!***

É cristalino a necessidade de adequação e correções do edital e seus anexos, **devendo o mesmo ser recolhido e republicado em tempo hábil, sem trazer prejuízo aos licitantes**, pois o edital perdeu efeito de única regra e isonômica no presente certame, uma vez que o briefing e o termo de referência apresentam alternativas de regras e exigências ao edital, conforme listado a seguir:

1. EXEMPLOS DE PEÇAS CORPORIFICADAS DA IDEIA CRIATIVA (ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA)

Qual regra a licitante deverá seguir no que diz respeito às exigências dos exemplos de peças da ideia criativa que compõe o Plano de Comunicação Publicitária?

O licitante seguirá o Edital em seu item 14.1.1, alínea (c), inciso II?

*“II – Como parte do quesito Ideia Criativa, a interessada apresentará campanha publicitária de acordo o com estabelecido no briefing (ANEXO II) com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea c1. **Os exemplos de peças** podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layouts, story-board impresso e “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, **limitados ao máximo de 06 (seis) peças**, sendo uma para cada meio (convencional ou não convencional) de divulgação proposto pela interessada;” **Grifo nosso!***

Ou o licitante seguirá o Anexo II – Briefing, item 6 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA A SER ELABORADA, inciso III – Ideia Criativa?

*“III - Ideia Criativa: Apresentação em forma de texto da síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan, que constitua uma proposta de solução para o problema específico de comunicação. A ideia criativa deverá ser acompanhada de anexos, sendo estes **exemplos de peças que a corporifiquem** objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos datilografados, limitados a um para cada tipo de peça, **em número máximo de 05 (cinco) anexos**, podendo ser anexados layouts, storyboards, etc. Roteiros para materiais em vídeo poderão ser ilustrados/exemplificados exclusivamente por meio de storyboards.” **Grifo nosso!***

O próprio item 14.1.1, alínea (c), inciso II diz que também deverá ser atendido o Anexo II, ambos divergente e apresentados anteriormente, **sendo impossível para o licitante atender os dois itens**, como por exemplo em relação ao número máximo permitido de peças a serem corporificadas, um item estabelece 06 (seis) já o ou estabelece 05 (cinco).

E ainda, em relação as regras de formatação e forma de apresentação das peças.

O licitante deverá seguir o item 9.5.3 do edital?

*“9.5.3. As peças gráficas da Ideia Criativa poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e caiba dentro do invólucro fornecido pela CPL, sem limitação de cores, **com ou sem suporte e/ou passe-partout**, e poderão ser impressas em papel A4 branco ou A3 branco dobrado **com gramatura a critério da licitante**, e que não marque ou amasse o invólucro nº 1. **Grifo nosso!***

Ou o licitante deverá seguir o Anexo II – Briefing, item 6 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA A SER ELABORADA, inciso III – Ideia Criativa?

*“As peças da Ideia Criativa, constantes do envelope A, deverão ser impressas em formato a critério da agência e **obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel Kraft, entre 200 a 500 gr/mm³, sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.**” **Grifo nosso!***

O item 9.5.3 trata de forma opcional o uso de suporte e/ou passe-partout, já o item 6 do Briefing trata de forma obrigatória o verso em papel Kraft. Já em relação ao formato, o item 9.5.3 define que deverá ser em A4 ou A3 dobrado, porém no item 6 do Briefing deixa o formato livre. **Sendo impossível para o licitante atender ambos itens conflitantes.**

Portanto, o edital deverá ser recolhido para as devidas correções, inclusive com as devidas adequações no briefing, caso contrário será configurado prejuízo aos licitantes devido à falta de prazo hábil para a elaboração das propostas.

2. REGRAS DE FORMATAÇÃO DO ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA

Assim como no item apresentado anteriormente, as regras de formatação e forma de apresentação que diz respeito ao Envelope 1 são de extrema importância nas licitações de publicidade, primeiramente para evitar a identificação de licitantes na autoria do Plano de Comunicação e segundo para respaldar as decisões da subcomissão técnica ao realizar o julgamento, devendo conter apenas uma regra.

Portanto, novamente a necessidade de correção do edital e briefing, pois qual regra os licitantes deverão seguir? E quais critérios de julgamento a subcomissão técnica irá adotar?

O item 9.5.1 do edital?

- “a) Em papel A4, branco, com 75gr/m² a 90gr/m², orientação retrato;*
- b) Com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda e 3cm nas margens superior e inferior;***

- c) **Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;**
- d) *Com textos justificados;*
- e) **Com espaçamento “simples” entre as linhas;**
- f) **Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;**
- g) **Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;**
- h) *Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;*
- i) **Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75gr/m2 a 90gr/m2, ambas em branco;**
- j) *Sem identificação da licitante.”*

Ou o licitante e subcomissão deverá seguir o item 12.4 do Termo de Referência?

- “12.4. As vias NÃO IDENTIFICADAS (invólucro A) e IDENTIFICADAS (invólucro B) do Plano de Comunicação Publicitária deverão ser apresentadas da seguinte forma:*
- a) *Papel formato A4, com 75 a 90 gr/m³, na cor branca; com encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta;*
 - b) **FONTA ARIAL e suas variações de formação (normal, negrito, itálico, sublinhado);** *corpo 12; cor preta; alinhamento justificado; **espaçamento entre linhas 1,5; espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois); margens de página em configuração Normal (Superior: 2,5 cm / Inferior: 2, 5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm);***
 - c) *Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial; **corpo 9 e cor preta”***

Os destacados em negrito são regras conflitantes entre os itens 9.5.1 do edital e 12.4 do Termo de Referência, sendo impossível para os licitantes atender ambos e também um problema para a subcomissão técnica adotar ambos critérios no julgamento.

E ainda um problema para a comissão de licitação, pois num cenário onde uma licitante adotar a formatação exigida no edital e outra licitante adotar a formatação exigida no termo de referência, como a Comissão irá proceder na primeira sessão?

Para que não haja identificação dos planos de comunicação (Envelope 01) e conseqüentemente não gere prejuízo para nenhum licitante, o edital e seus anexos devem ser recolhidos e republicado de forma a sanar os erros apontados.

3. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – ENVELOPE 3

Também no Envelope 3, o edital e briefing possuem orientações e regras conflitantes em relação a Capacidade de Atendimento, sendo impossível os licitantes elaborarem suas propostas de maneira adequada, novamente o órgão licitante não oferece as condições mínimas de disputa que deveriam nortear o processo.

O licitante deverá seguir o item 14.17 do edital?

“14.1.7. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela interessada à época da apresentação das propostas Técnicas e de Preço, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato;

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento, discriminando-se os procedimentos de Atendimento a serem cumpridos pela interessada, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia; e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas e audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Superintendência Municipal de Água e Esgoto – SAE sem ônus adicional, durante a execução do contrato.”

Ou o licitante deverá seguir o Briefing em seu item 6, (i)?

“II - Sob a forma de ANEXO, a licitante apresentará:

a) Quantificação e qualificação do perfil dos profissionais, nominal ou não, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação.

b) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com especificação do período de atendimento de cada um deles.

c) *As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis atualmente ou a serem contratados.*

d) *Atestados fornecidos por veículos de comunicação (de grande porte) pessoas jurídicas de direito público ou privado, em papel timbrado, comprovando a pontualidade no atendimento por parte do licitante dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes. Os atestados deverão ser apresentados em original ou em cópia autenticada em cartório.*

e) *Atestados fornecidos por cliente – pessoas jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado, comprovando aptidão do licitante para desempenho da atividade pertinente compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços. Os atestados deverão ser apresentados em original ou em cópia autenticada em cartório.*

O briefing além de alterar as exigências do edital, insere dois documentos como exigência que contrariam inclusive o padrão de mercado, **uma vez que Atestados que visam comprovação de experiência e de serviços executados, são exigidos na fase de habilitação e não da etapa de proposta técnica, configurando assim caráter restritivo na fase de melhor pontuação das propostas.**

Destarte o quesito formal e legal da exigência, ainda assim resta o conflito de exigências dos itens mencionados.

4. REPERTÓRIO – ENVELOPE 3

Ainda no Envelope 3, o edital e briefing possuem orientações e regras conflitantes em relação ao Repertório, sendo impossível os licitantes elaborarem suas propostas de maneira adequada, novamente o órgão licitante não oferece as condições mínimas de disputa, além de comprometer o futuro trabalho da subcomissão técnica.

O licitante deverá seguir o item 14.2.4 do edital?

*14.2.4. “...A interessada deverá apresentar **8 (oito) peças**, sendo pelo menos uma para cada um dos seguintes meios de divulgação: TV, rádio, revista, jornal e outdoor. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da interessada, título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos dois veículos que a*

divulgaram, com exceção ao meio revista, que poderá apresentar apenas 1(um) veículo que a divulgou. Os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD-ROM ou DVD.”

Ou o licitante deverá seguir o Briefing em seu item 6?:

*“III - Repertório: Sob a forma de texto que indique o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, tanto no setor público quanto do setor privado, acompanhado de reprodução de peças, **em número máximo de 03 (três) filmes de TV (DVD), 03 (três) spots de rádio (CD), 03 (três) anúncios de jornal, 03 (três) anúncios de revista, 03 (três) peças de internet e até 03 (três) peças de mídia externa, com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.”***

O item 14.2.4 limita em 8 (oito) peças, já o briefing ao colocar um número máximo por tipo de peça, resulta num total de 18 (dezoito) peças. **É impossível o licitante se planejar com tamanha disparidade nas exigências, pois o órgão licitante pode gerar um custo desnecessário a empresa, ao interpretar que deveria apresentar 18 (dezoito) peças, mas ao final considerar apenas o item do edital que exige 8 (oito) peças.**

Tais diferenças nas exigências impactam de forma agressiva o julgamento, podendo ser fator determinante para a definição do vencedor do certame e assim trazer prejuízo para o licitante que adotar o item que por ventura venha ser desconsiderado pelo órgão licitante.

Um item exigir a elaboração de 18 (dezoito) peças e nem ser avaliado em função de outro item é descabido e **estaria imputando custos desnecessários à licitante, o que é amplamente vedado pela firme jurisprudência sobre o assunto**, verbis:

Súmula TCU 272:

No edital de licitação, é vedada a inclusão de exigências de habilitação e de quesitos de pontuação técnica para cujo atendimento os licitantes tenham de incorrer em custos que não sejam necessários anteriormente à celebração do contrato.

Acórdão nº 1812/2019 - Plenário TCU:

*Diante do exposto, a jurisprudência do TCU tem se consolidado no sentido de **coibir a inclusão, nos editais, de exigências desarrazoadas para cujo atendimento os licitantes tenham de incorrer em despesas que sejam desnecessárias e anteriores à própria celebração do contrato ou que frustrem o caráter competitivo do certame (v.***

Acórdãos 2.561/2004-TCU-2ª Câmara, 126/2007-TCU-Plenário e 2.575/2008-TCU-1ª Câmara; Relatores respectivos: Benjamin Zymler, Ubiratan Aguiar e Marcos Vilaça).

Acórdão 526/2013-Plenário | Relator: MARCOS BEMQUERER:

É vedada a inclusão de exigências de habilitação e de quesitos de pontuação técnica para cujo atendimento os licitantes tenham de incorrer em custos que não sejam necessários anteriormente à celebração do contrato, como a exigência que a licitante tenha em seu quadro de pessoal, no momento do certame, profissional com qualificação técnica para a execução do objeto a ser contratado, bem como certidão que comprove o tempo de experiência dos profissionais que prestarão os serviços.

Acórdão 237/2009-Plenário | Relator: BENJAMIN ZYMLER:

Não é cabível exigir ou incluir quesitos de pontuação técnica para cujo atendimento as empresas licitantes tenham de incorrer em despesas que sejam desnecessárias e anteriores à própria celebração do contrato ou frustrem o caráter competitivo do certame, como a exigência de profissionais certificados com a comprovação de vínculo empregatício prévio.

Acórdão 4614/2008-Segunda Câmara | Relator: ANDRÉ DE CARVALHO:

É ilegal qualquer exigência ou procedimento que implique aos licitantes a realização de despesas anteriores à contratação.

5. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS – ENVELOPE 3

E para finalizar o Envelope 3, o edital e briefing possuem orientações e regras conflitantes em relação aos Relatos de Soluções de Problema de Comunicação, sendo impossível os licitantes elaborarem suas propostas de maneira adequada, novamente o órgão licitante não oferece as condições mínimas de disputa, além de comprometer o futuro trabalho da subcomissão técnica

O licitante deverá seguir o item 14.2.8 do edital?

*“A Interessada deverá apresentar **dois cases**, relatando, em no máximo duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até cinco peças de qualquer tipo para cada relato.”*

Ou o licitante deverá atender o Briefing em seu item 6?

*“IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Apresentar **até 03 (três) cases stories**, sob forma de texto descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados. Os cases deverão ser endossados pelos respectivos anunciantes, por meio de assinatura e carimbo do cliente, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.”*

Conflito entre os itens, deverão ser apresentados no máximo 2 (dois) ou 3(três) cases?

Já em relação ao período das veiculações dos Relatos.

O licitante deverá seguir o item 14.2.4 do edital?

*“14.2.4. A interessada deverá apresentar um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela interessada, **a partir de janeiro de 2016...**”*

Ou o licitante deverá seguir o Briefing em seu item 6?

*“VI - **Tanto para o quesito Repertório quanto para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** somente serão aceitas como válidas peças e campanhas de comunicação desenvolvidas e veiculadas **de 2010 até a data da entrega dos envelopes...**”*

Serão aceitos trabalhos executados a partir de 2010 ou a partir de 2016?

PARA A SEGURANÇA PROCESSUAL E GARANTIA DOS DIREITOS DAS PARTES ENVOLVIDAS, O EDITAL DEVE SER RECOLHIDO E REPUBLICADO ESCOIMADO DE ERROS.

A TBZ/MD Agência de Publicidade, buscou sanar tais problemas por meio de pedido de esclarecimentos, que garantiria tempo hábil para a elaboração de sua proposta, porém, não obtivemos respostas da Comissão de Licitação.

6. CADASTRAMENTO PRÉVIO COMO FORNECEDOR - CRC

Ainda se não bastasse os erros e divergências do edital e anexos, existem ainda dificuldades impostas pela comissão de licitação e pelo próprio instrumento convocatório, por exemplo ao estabelecer a regra de cadastramento prévio ou que atendem as condições até o terceiro dia anterior a data do recebimento das propostas.

A Lei 8.666 é clara ao estabelecer como condição de participação tal exigência, porém, a Comissão de Licitação e o Órgão Licitante como um todo não forneceu as orientações para os interessados efetuarem o cadastro, tampouco informou a lista de documentos a ser apresentada ou os contatos e meios para informações.

A Comissão de Licitação se ateve apenas a informar que o cadastro seria realizado no dia da abertura da licitação, momentos antes do recebimento dos envelopes, contrariando e descumprindo de forma contundente a Lei 8.666, Art. 22 e o próprio edital em seu item 1.1.

*“1.1 Tomada de Preços é a modalidade de licitação **entre interessados devidamente cadastrados ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas**, observada a necessária qualificação. (Art. 22, § 2º, da Lei Federal nº 8.666 de 21 de junho de 1993).” Grifo nosso!*

Caso o item seja desconsiderado, é apenas mais uma situação onde o edital tem necessidade de revisão e correção, devendo ser recolhido e republicado, garantindo os prazos legais.

DO PEDIDO

À luz de todo o exposto, esta Licitante, **TBZ/MD AGENCIA DE PUBLICIDADE**, CNPJ nº 17.368.188/0001-28, com esta **IMPUGNAÇÃO**, requer a essa Comissão Permanente de Licitação:

1 – Seja o edital e seus anexos (briefing e termo de referência) recolhidos para adequação e correção dos erros apontados, não havendo mais divergências;

2 – Seja em tempo hábil fornecida as informações para o devido cadastramento prévio ou os detalhes para atender as condições até o terceiro dia anterior do recebimento dos envelopes ou devidamente excluído a condição prevista no item 1.1 do edital;

3 – Seja o edital republicado sem os erros, uma vez são condições significativas e alteram as condições de elaboração das propostas, garantindo assim o prazo previsto na Lei 8666 para que os licitantes possam elaborar suas propostas com as informações e condições mínimas.

*TCU, Acórdão 702/2014-Plenário: É necessária a **republicação do edital** nos casos em que as respostas aos pedidos de esclarecimentos de licitantes, ainda que publicadas em portal oficial, impactem na formulação das propostas, em conformidade com o disposto no art. 21, § 4º, da Lei 8.666/93.*

4. Seja o edital republicado com o prazo previsto no Art. 21, § 2º, com as devidas modificações necessárias no edital, garantindo assim os princípios informativos da licitação, como os da igualdade, publicidade e vinculação ao instrumento convocatório.

Lei 8.666, Art. 21, § 4º “Qualquer modificação no edital exige divulgação pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.”

Respeitosamente, aguardamos justiça e caso esse pleito seja negado, pedimos que seja encaminhado imediatamente ao superior hierárquico, bem como encaminharemos cópia para os órgãos de fiscalização e controle e ainda ao SINAPRO-GO.

Brasília-DF, 20 de maio de 2021.

CESAR AUGUSTO
NOGUEIRA DOS
SANTOS:0200666
2155

Assinado de forma digital
por CESAR AUGUSTO
NOGUEIRA DOS
SANTOS:02006662155
Dados: 2021.05.20 18:52:59
-03'00'

CÉSAR AUGUSTO N. SANTOS
REPRESENTANTE LEGAL
CPF Nº 020.066.621-55

AGENCIA DE PUBLICIDADE TBZ/MD
CNPJ Nº 17.368.188/0001-28



RELATÓRIO

▼ RELATÓRIO 1 - Arquivo de assinatura **aprovado**, em conformidade com a MP 2.200-2/2001

Data de verificação	20/05/2021 19:12:31 BRT
Versão do software	2.6.2
Nome do arquivo	impugnacao-v2-catalao-assinado.pdf

▼ Assinatura por CN=CESAR AUGUSTO NOGUEIRA DOS SANTOS:02006662155, OU=Certificado PF A1, OU=Presencial, OU=20781710000103, OU=AC SOLUTI Multipla v5, O=ICP-Brasil, C=BR

▼ Informações da assinatura

Status da assinatura	Aprovado
Caminho de certificação	Aprovado
Estrutura da assinatura	Em conformidade com o padrão
Cifra assimétrica	Aprovada
Resumo criptográfico	Correto
Atributos obrigatórios	Aprovados

▼ Caminho de certificação

▶ CN=CESAR AUGUSTO NOGUEIRA DOS SANTOS:02006662155, OU=Certificado PF A1, OU=Presencial, OU=20781710000103, OU=AC SOLUTI Multipla v5, O=ICP-Brasil, C=BR

▶ CN=AC SOLUTI Multipla v5, OU=AC SOLUTI v5, O=ICP-Brasil, C=BR

▶ CN=AC SOLUTI v5, OU=Autoridade Certificadora Raiz Brasileira v5, O=ICP-Brasil, C=BR

▶ CN=Autoridade Certificadora Raiz Brasileira v5, OU=Instituto Nacional de Tecnologia da Informacao - ITI, O=ICP-Brasil, C=BR

▼ Atributos

▶ Atributos obrigatórios

▶ Atributos opcionais

AVALIE ESTE
SERVIÇOEXPANDIR
ELEMENTOS