



Programa de Auditorias

EXECUÇÃO DE CONTRATOS

– 2004 –

R E L A T Ó R I O

Em cumprimento ao Programa de Auditorias Sistemáticas aprovado pela Mesa Diretora da CLDF para o exercício de 2004, procedemos ao exame de contratos firmados pela CLDF, com enfoque na execução contratual.

Consoante Plano de Auditoria aprovado pela Chefia da ASFICO, foram examinados contratos selecionados por amostragem, a fim de verificar sua conformidade às normas de regência, em especial no que concerne ao atendimento aos requisitos de formalização, alteração e execução.

RQS nº 03-05-CN
CPMI - CORREIOS
Fis: 1207
3770
Doc:



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

ANÁLISE DE CONTRATOS

Quanto à análise de contratos firmados pela CLDF, foram selecionados, por amostragem, os seguintes processos:

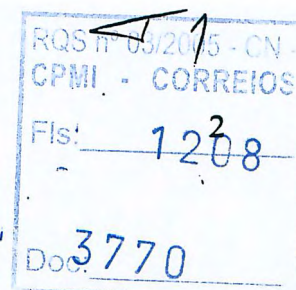
Processo nº	Empresa contratada
001-00994/2003	OSM - Consultoria e Sistemas Ltda.
001-01327/2003	POLICENTRO - Consulprev Informática Associados Ltda.
001-00770/2001	M.COHEN Propaganda Ltda. e SMP&B Comunicação Ltda.

Em anexo, *Mapa Geral de Contratos* elaborado pela Diretoria de Administração e Finanças – DAF.

01. ***Processo nº 001-00994/2003***
Contratada: OSM – Consultoria e Sistemas Ltda.
Objeto: Implantação do software aplicativo MENTORH – Sistema de Gerenciamento de Recursos Humanos.

Trata-se da contratação direta, por inexigibilidade de licitação, da empresa OSM – Consultoria e Sistemas Ltda para a implantação do software aplicativo MENTORH – Sistema de Gerenciamento de Recursos Humanos (*upgrade* do SIGESP) e prestação de serviços a esse relacionados para a CLDF. Encontra-se em execução o Contrato nº 002/04, firmado em 27/02/2004, com vigência de 12 (doze) meses, contados da publicação do extrato no DODF.

Analizados os autos do processo em referência, compostos por 165 folhas, não foram constatadas irregularidades.



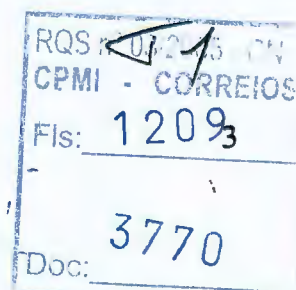


CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

02. *Processo nº 001-01327/2002*
Contratada: POLICENTRO – Consulprev Informática Associados Ltda.
Objeto: Prestação de serviços de informática para licenciamento permanente de uso de sistema de elaboração de emendas ao orçamento com os respectivos serviços de consultoria de implantação e de manutenção de sistemas para a CLDF.

Trata-se da contratação da empresa POLICENTRO – CONSULPREV Informática Associados Ltda, por meio da Concorrência nº 001/2003, para a prestação de serviços de informática para licenciamento permanente de uso de sistema de elaboração de emendas ao orçamento com os respectivos serviços de consultoria de implantação e de manutenção de sistemas para a CLDF. Encontra-se em execução o Contrato nº 009/2003, firmado em 18/09/2003 (fls. 547/554).

Analizados os autos do processo em referência, compostos por 2 volumes – 695 folhas, constatamos questionamentos quanto à execução contratual, especificamente a respeito do enquadramento de serviços prestados pela contratada a título de consultoria de pós-implantação. Após manifestação da Procuradoria-Geral da CLDF (Parecer nº 074, de 06/05/2004, fls. 687/693, e Despacho nº 125, de 10/05/2004, fls. 694/695), opinando pela impossibilidade do aditamento contratual requerido pela Comissão de Economia, Orçamento e Finanças – CEOF, bem como questionando o enquadramento dos serviços prestados pela contratada como consultoria de pós-implantação, sugere a Procuradoria-Geral da CLDF “*que a CEOF e a CMI se manifestem nos autos para esclarecer o que se pode compreender como serviços de consultoria de pós-implantação no contrato firmado com a empresa Policentro, de forma a possibilitar o devido exame da regularidade do pagamento relativo à nota fiscal de fls. 648*” (fls. 693).





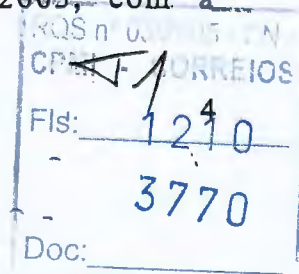
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Nestes termos, considerando-se que a matéria encontrava-se, no momento da análise, aguardando esclarecimentos técnicos das unidades envolvidas (CEOF e CMI), fundamentais para o deslinde da questão posta, abstenho-nos, nesta oportunidade, de formular juízo acerca da regularidade do Contrato nº 009/2003, em face da necessidade de informações complementares, sugerindo seja a execução do referido contrato acompanhada pela AUDIT/ASFICO, bem como seja o mesmo novamente examinado por ocasião de auditoria de execução de contratos do próximo exercício.

03. *Processo nº 001-00770/2001*
Contratadas: M. COHEN Propaganda Ltda e SMP&B Comunicação Ltda.
Objeto: Prestação de serviços de publicidade e propaganda para a CLDF.

Trata o presente da contratação das empresas M. COHEN Propaganda Ltda e SMP&B Comunicação Ltda, por intermédio da Concorrência nº 006/2002, para a prestação de serviços de publicidade e propaganda para a CLDF. Encontra-se em execução o Contrato nº 013/2003 (fls. 2.355/2.368), firmado em 18/11/2003, com vigência de 12 (doze) meses contados da publicação de seu extrato no DODF, ocorrida em 20/11/2003, e valor estimado de R\$ 9.200.000,00 (nove milhões e duzentos mil reais).

Analisados os autos do processo em referência, compostos por 9 volumes – 2.390 folhas, constatamos irregularidades no procedimento licitatório que resultou na contratação em apreço, que não podem ser imputadas à premência pela conclusão do certame licitatório, haja vista ter o mesmo delongado-se por mais de dois anos e meio, já que iniciado em 14/05/2001 e concluído apenas em 18/11/2003, com a assinatura do Contrato nº 013/2003.





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Da análise dos autos, constatamos a presença de indícios da existência de conluio entre empresas participantes visando fraudar o caráter competitivo do certame licitatório em exame.

Em 1º de outubro de 2003, o Sr. Secretário Executivo - Segunda Secretaria e Ordenador de Despesa da CLDF, por intermédio do MEMO/SE 2ª Sec. nº 140/03 (fls. 2.107/2.108), dirigido ao Procurador-Geral da CLDF, informa ter tomado conhecimento de texto intitulado "**CONCORRÊNCIA 006/2002 - ESTRANHAS COINCIDÊNCIAS DA PROPAGANDA**" (fls. 2.151), que veiculava denúncias a respeito de suposto conluio entre empresas participantes do referido certame licitatório com o objetivo de fraudar o caráter competitivo do mesmo.

Os referidos fatos, confirmados por meio de diligências realizadas pelo Sr. Secretário Executivo, relacionavam-se às empresas **SMP&B Comunicação Ltda** e **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda**, ambas participantes do certame licitatório realizado pela CLDF objetivando a contratação de agências de publicidade e propaganda.

Em apertada síntese, as irregularidades constatadas pelo Sr. Secretário Executivo referiam-se: 1) à coincidência de endereço e telefone em Brasília das empresas SMP&B e Giacometti, ambas estabelecidas no SBN Quadra 01, bloco B, Edifício CNC, salas 201/202, e utilizando-se do mesmo telefone (61) 328-0423; e 2) ao fato de que quatro empregados graduados da Giacometti, segundo informações divulgadas pelo endereço eletrônico oficial da empresa, constavam também como empregados da SMP&B, conforme proposta técnica por esta apresentada.

RQS nº 00.2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls: 12115
3770
Doc:



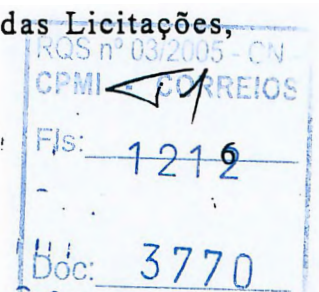
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Estando os fatos narrados devidamente documentados (fls. 2.107/2.151), encaminhou o Sr. Secretário Executivo o assunto para apreciação do Procurador-Geral da CLDF o qual, por meio do Despacho nº 289/03-PG, de 02/10/2003 (fls. 2.153/2.155), manifestou-se no sentido de que as alegações aventadas não constituíam irregularidades, devendo-se dar prosseguimento ao certame.

Porém, com as vênias de estilo à manifestação do Sr. Procurador-Geral da CLDF, consignada no Despacho nº 289/03-PG, de cujo teor ousamos discordar, entendemos configurados indícios veementes da existência de conluio entre as empresas SMP&B e Giacometti com o objetivo de fraudar o caráter competitivo do procedimento licitatório em apreço.

Deveras, por força do disposto no *caput* do art. 3º da Lei nº 8.666/93, *a licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração*. Ora, na medida em que duas empresas ajustam-se previamente para participar de um mesmo certame licitatório, evidentemente que afrontam o princípio constitucional da isonomia em face das demais concorrentes, desequilibrando a disputa e impedindo que se realize seu escopo, qual seja, a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

Considerando a lesividade das condutas perpetradas em afronta ao princípio constitucional da isonomia, impeditivas da realização do fim último a que se destina o procedimento licitatório – seleção da proposta mais vantajosa para a Administração –, incluiu o legislador ordinário, no rol dos crimes tipificados na Lei das Licitações, tipo penal sancionador da conduta em questão, *in verbis*:





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Art. 90. Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo do procedimento licitatório, com o intuito de obter, para si ou para outrem, vantagem decorrente da adjudicação do objeto da licitação:

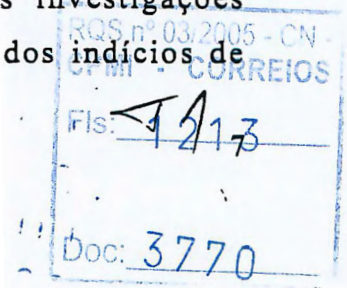
Pena - detenção, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

Nestes termos, considerando que a empresa SMP&B sagrou-se vencedora do certame, juntamente com a empresa M. COHEN, sendo-lhe adjudicado parte do objeto licitado; e considerando, ainda, todo o conjunto dos fatos apurados pelo Sr. Secretário Executivo, concluímos pela presença de veementes indícios de existência de conluio entre as empresas SMP&B e Giacometti, com o objetivo de fraudar o caráter competitivo do certame licitatório em exame, o que, em tese, configura o tipo penal de crime previsto no art. 90 da Lei nº 8.666/93.

Em face do exposto, afigura-se-nos temerária a postura adotada pela CLDF no sentido de não haver determinado o aprofundamento das diligências com o fim de promover a realização de investigações idôneas a confirmar ou refutar os indícios levantados pelo Sr. Secretário Executivo.

Ademais, convém ressaltar que, consoante o disposto no art. 82 da Lei das Licitações, *os agentes administrativos que praticarem atos em desacordo com os preceitos desta Lei ou visando frustrar os objetivos da licitação sujeitam-se às sanções previstas nesta Lei e nos regulamentos próprios, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal que seu ato ensejar.*

Logo, entendemos que devam ser realizadas investigações não apenas no sentido de confirmar ou infirmar os referidos indícios de





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

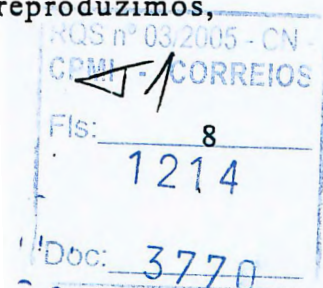
conluio, mas, ainda, para o fim de constatar a eventual participação de servidores desta Casa nos fatos narrados.

Por oportuno, convém registrar que, *ex vi* do previsto no art. 100 da Lei nº 8.666/93, os crimes nesta definidos são de ação penal pública incondicionada, cabendo ao Ministério Público promovê-la, sendo certo que, ao teor do contido no art. 102 do mencionado diploma legal, quando, em autos ou documentos de que conhecerem, os titulares dos órgãos integrantes do sistema de controle interno de qualquer dos Poderes verificarem a existência dos crimes definidos na Lei das Licitações, remeterão ao Ministério Público as cópias e os documentos necessários ao oferecimento da denúncia.

Isto posto, considerando a existência de elementos ensejadores da prática da conduta penal tipificada no art. 90 da Lei nº 8.666/93, em especial os indícios apontados pelo Sr. Secretário Executivo da CLDF, somos de parecer pelo encaminhamento destas informações ao Ministério Público do Distrito Federal, acompanhadas das cópias extraídas dos autos do procedimento licitatório em exame, que acostamos ao presente relatório, a fim de que sejam adotadas pela autoridade competente as providências que entender cabíveis.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Em face do fato de a ilustre Mesa Diretora da CLDF não ter tido, até a presente data, oportunidade de apreciar as conclusões do **Relatório de Auditoria sobre Execução de Contratos - Exercício 2003**, encaminhado por intermédio do Memo ASFICO nº 204/03, de 1º/12/2003, e com o intuito de colaborar com as instâncias decisórias, reproduzimos,





X X

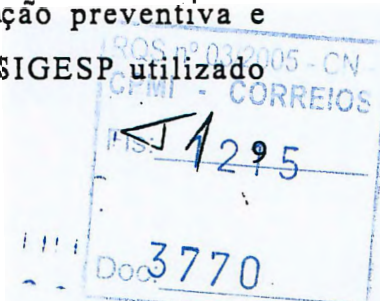
Quanto à análise de contratos firmados pela CLDF, foram selecionados, por amostragem, os seguintes processos:

Processo nº	Empresa contratada
2895/2000	OSM - Consultoria e Sistemas Ltda.
2438/1995	V&S Publicidade Ltda.
3340/1999	Xerox Comércio e Indústria Ltda.
1062/2001	Cia. Urbanizadora da Nova Capital do Brasil – Novacap
0150/1997	Itiquira Turismo Ltda.
0007/2002	CDC Companhia Distribuidora de Combustíveis Ltda.

Em anexo, *Mapa Geral de Contratos* elaborado pela Diretoria de Administração e Finanças – DAF.

01. *Processo nº 2895/2000*
Contratada: OSM – Consultoria e Sistemas Ltda.
Objeto: Assistência técnica e prestação de serviços de
manutenção preventiva e corretiva do Sistema Integrado de
Gestão de Pessoal - SIGESP

Trata o presente da contratação direta, por inexigibilidade de licitação, da empresa OSM – Consultoria e Sistemas Ltda. para a prestação de serviços de assistência técnica e manutenção preventiva e corretiva do Sistema Integrado de Gestão de Pessoal – SIGESP utilizado





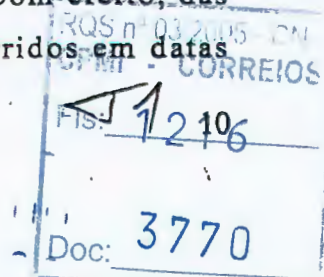
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

pela CLDF. Encontra-se em execução o Contrato nº 002/2000, por força do 3º Termo Aditivo, firmado em 12/02/2003, que prorrogou sua vigência de 13/02/2003 a 12/02/2004.

Da análise dos autos do processo em epígrafe, constatou-se irregularidade na edição do 2º Termo Aditivo. Com efeito, o Contrato nº 002/2000 foi firmado entre a CLDF e a empresa OSM – Consultoria e Sistemas Ltda. em 05/02/2001, com prazo de vigência de 1 (um) ano, contado da data da publicação de seu extrato, e prorrogável na forma da lei. Como a publicação do extrato do termo de contrato ocorreu na edição do DODF de 13/02/2001, temos que a vigência estipulada na cláusula sexta do Contrato nº 002/2000 era de 13/02/2001 a 12/02/2002 (fls. 153/163).

Em 30/10/2001, foi firmado o 1º Termo Aditivo ao Contrato nº 002/2000 alterando o objeto contratual, sem, todavia, influir no prazo de vigência inicialmente estipulado. Assim, a data limite para a prorrogação da duração do Contrato nº 002/2000 seria 13/02/2002, após a qual estaria expirado o prazo de vigência contratual, o que impossibilitaria a prorrogação de sua vigência, haja vista não se admitir a prorrogação de contrato que não mais esteja em vigor. Desta forma, foi firmado, em 13/02/2002, o 2º Termo Aditivo ao Contrato nº 002/2000, prorrogando sua vigência de 13/02/2002 a 12/02/2003 (fls. 440/442).

Todavia, concluímos a partir da análise das peças que o antecedem, que a data aposta no 2º Termo Aditivo ao Contrato nº 002/2000 (qual seja: 13/02/2002), não corresponde à data em que o referido termo aditivo foi efetivamente firmado, o que significa a existência de indícios de fraude na elaboração do mesmo. Com efeito, das fls. 429/v. às fls. 439/v. verifica-se uma série de atos ocorridos em datas





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

posteriores à constante do 2º Termo Aditivo (13/02/2002), mas que são antecedentes lógicos de sua assinatura, por exemplo, o despacho do Sr. Procurador-Geral da CLDF, datado de 20/02/2002 (fls. 439), determinando fosse elaborado o 2º Termo Aditivo ao Contrato nº 002/2000; ou, ainda, o despacho constante às fls. 439/v., datado de 20/02/2002, pelo qual o Sr. Procurador-Geral da CLDF encaminha os autos à Secretaria-Geral da CLDF "*para colher assinatura das partes no instrumento anexo*".

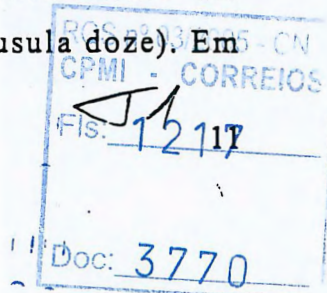
À toda evidência, o 2º Termo Aditivo ao Contrato nº 002/2000 não foi firmado na data de 13/02/2002, conforme consta às fls. 442, mas em data posterior, conforme a seqüência lógica dos procedimentos que antecederam sua elaboração e assinatura. Daí concluir-se que houve irregularidade na prorrogação do prazo de vigência do Contrato nº 002/2000, haja vista ter ocorrido posteriormente a sua expiração, não se admitindo a prorrogação do que não mais existe. Ademais, impõe-se apurar a responsabilidade pela introdução em documento público de informação falsa, considerando-se que a data aposta no 2º Termo Aditivo não corresponde àquela em que o mesmo foi efetivamente assinado.

02. *Processo nº 2438/1995 (2186/1996, 0436/2001, 1239/2001, 0010/2002)*

Contratada: V&S Publicidade Ltda.

Objeto: Prestação de serviços de publicidade da CLDF

Trata-se da contratação da empresa V&S Publicidade Ltda., por meio da Concorrência nº 002/1995, para a prestação de serviços de publicidade da CLDF. O Contrato nº 025/1996, firmado em 04/10/1996, teve vigência a partir de sua assinatura, vigorando inicialmente até 30/06/1997, autorizada a prorrogação na forma da lei (cláusula doze). Em



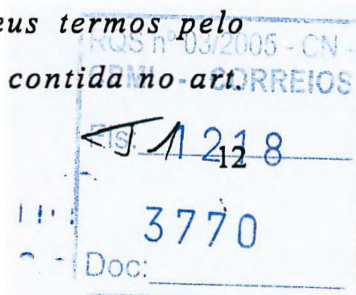


CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

30/06/1997, foi firmado o 1º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando o prazo de vigência contratual de 01/07/1997 a 27/03/1998. Em 19/03/1998, foi firmado o 2º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando a duração contratual de 28/03/1998 a 21/12/1998. Em 21/12/1998, foi firmado o 3º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando a vigência de 21/12/1998 a 16/09/1999. Em 14/09/1999, foi firmado o 4º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando a validade do contrato de 17/09/1999 a 12/06/2000. Em 25/05/2000, foi firmado o 5º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando a vigência do contrato de 13/06/2000 a 10/03/2001.

Ao aproximar-se a data de expiração da vigência do Contrato nº 025/1996, resultante da prorrogação efetivada pelo 5º Termo Aditivo, foi consultada a Procuradoria-Geral da CLDF quanto à possibilidade de prorrogação por mais uma vez do prazo de vigência contratual, haja vista a determinação do art. 57, inc. II, da Lei nº 8.666/93, que admite a prorrogação da duração dos contratos para prestação de serviços executados de forma contínua, por iguais e sucessivos períodos, limitando-se, todavia, a vigência contratual a sessenta meses.

Em resposta, manifestou-se a Procuradoria-Geral da CLDF por intermédio do judicioso Parecer nº 036/2001-PG, de 21/02/2001, da lavra da Drª. CARLA MARIA MARTINS GOMES, do qual extraímos os trechos a seguir transcritos que, com grande erudição, esclarecem a questão posta em análise: *"O Contrato 025/96 firmado com a empresa V&S Publicidade Ltda. previa a vigência da avença por 8 meses e 26 dias. Em razão da assinatura dos cinco termos aditivos que se seguiram, foi estendida sua vigência até 10 de março do ano em curso. Todavia, a minuta submetida à análise propõe a prorrogação de seus termos pelo prazo adicional de 6 meses e 24 dias, dada a disposição contida no art.*





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

57, II, da Lei nº 8.666/93 que limita a prorrogação dos prazos contratuais a 60 meses. (...) Reconhecendo que a legalidade da prorrogação está condicionada à observância das disposições legais pertinentes, impondo-se a adoção da interpretação que possibilite a harmonização dos preceitos tidos por conflitantes, externamos o entendimento de que a prorrogação por iguais e sucessivos períodos, referida no dispositivo mencionado, não pode sobrepor-se à estipulação que a limita ao prazo de 60 meses. Por certo, o escopo maior da lei ao limitar em 60 meses a prorrogação foi o de evitar contratações por períodos demasiadamente prolongados, que poderiam representar prejuízos ao interesse público do ponto de vista da economicidade e da própria qualidade do serviço ou fornecimento objeto da avença, em razão do acelerado ritmo de implementações tecnológicas. Deste modo, entendemos possível a renovação da avença pelo período consignado na minuta, ainda que inferior ao prazo inicialmente contratado, em razão da necessidade de observância da limitação de 60 meses.” (Processo nº 0436/2001, fls. 27/31).

Nesses termos, em consonância com a orientação expendida pela Procuradoria-Geral da CLDF, foi firmado em 09/03/2001 o 6º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando o prazo de vigência contratual de 11/03/2001 a 03/10/2001.

Contudo, verifica-se que a advertência da Procuradoria-Geral da CLDF quanto à impossibilidade de proceder-se à prorrogação excepcional do Contrato nº 025/1996, com fundamento no art. 57, § 4º, da Lei nº 8.666/93, após 03/10/2001 – termo final da vigência contratual conforme prorrogação procedida pelo 6º Termo Aditivo –, não recebeu a devida importância por parte da Administração da Casa.



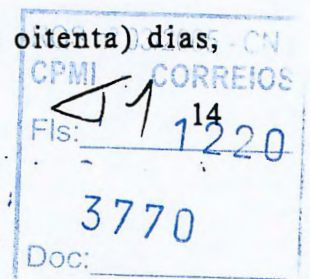


CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Deveras, ainda em 21/02/2001, advertia a Procuradoria-Geral da CLDF: *"Ultrapassado tal aspecto, alertamos que uma posterior contratação da empresa pelo prazo de um ano, a que alude o § 4º do art. 57, não estaria revestida das condições legais autorizadoras. De fato, não se pode conceber qualquer conotação excepcional, a autorizar uma nova prorrogação contratual, de uma avença que vem se estendendo há mais de cinco anos. No caso, poder-se-ia, inclusive, verificar uma imprevisão desta Administração quanto ao correto dimensionamento dos prazos necessários à instauração do procedimento licitatório necessário a evitar uma eventual interrupção na prestação dos serviços em questão. Assim, reiterando a observação da Coordenadoria de Comunicação Social, recomendamos a imediata instauração de procedimento licitatório destinado à contratação dos serviços de publicidade, evitando sua interrupção à época do término da vigência do Contrato nº 025/96."* (Processo nº 0436/2001, Parecer nº 036/2001-PG, fls. 27/31).

Assim, comprovando a "imprevisão" administrativa a que aludia a i. parecerista, em 03/10/2001 foi firmado o 7º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, procedendo à prorrogação excepcional da vigência contratual de 04/10/2001 a 04/04/2002, com fundamento no art. 57, § 4º, da Lei nº 8.666/93. E mais: em 03/04/2002 foi firmado o 8º Termo Aditivo ao Contrato nº 025/1996, prorrogando de forma excepcional, por mais uma vez, o prazo de validade do contrato de publicidade de 04/04/2002 a 03/10/2002.

Após 72 (setenta e dois) meses de vigência do Contrato nº 025/1996, e não havendo amparo legal para qualquer nova dilação excepcional, procedeu-se à contratação direta, com dispensa do regular procedimento licitatório, em caráter emergencial, com fundamento no art. 24, inc. IV, da Lei nº 8.666/93, pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias,





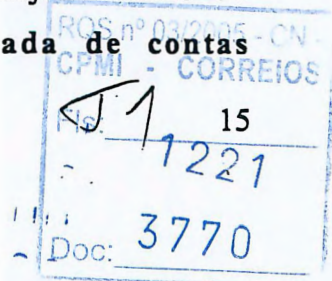
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

da empresa DQV Publicidade Ltda., para a prestação de serviços de publicidade para a CLDF, no valor estimado de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), formalizada pelo Contrato nº 006/2003, firmado em 13/05/2003, cujo extrato foi publicado no DODF em 15/05/2003 (Processo nº 001.00878/2003).

Finalmente, em 18/11/2003, como resultado da Concorrência nº 006/2002, foi firmado o Contrato nº 013/2003, com as empresas M. Cohen Propaganda Ltda. e SMP&B Comunicação Ltda., para a prestação de serviços de publicidade da CLDF, cujo extrato foi publicado no DODF de 20/11/2003 (Processo nº 001.00770/2001).

De todo o exposto, concluímos plenamente configurada a “imprevisão administrativa” referida no Parecer nº 036/2001-PG. Ora, a advertência quanto à necessidade de imediata instauração de procedimento licitatório para a contratação de serviços de publicidade foi feita pela Procuradoria-Geral da CLDF em 21/02/2001, tendo a contratação resultante da Concorrência nº 006/2002 ocorrido apenas em 18/11/2003 – após aproximadamente 2 anos e 9 meses. Digno de nota, ainda, o fato de no intervalo entre a expiração do prazo regular de vigência do Contrato nº 025/1996, em 03/10/2001, e a assinatura do Contrato nº 013/2003, firmado em 18/11/2003, terem ocorrido duas prorrogações excepcionais do Contrato nº 025/1996, pelo prazo total de 12 meses (7º e 8º Termos Aditivos ao Contrato nº 025/1996), e uma contratação direta, por dispensa de licitação (Contrato nº 006/2003), pelo prazo de 180 dias.

Considerando a possibilidade de que a “imprevisão administrativa” referida pode ter ocasionado dispêndio injustificado de recursos públicos, impõe-se apurar, em sede de tomada de contas





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

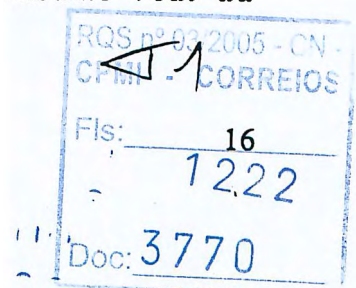
especial, a eventual existência de atos de gestão antieconômica decorrentes da excessiva demora na conclusão do regular procedimento licitatório.

03. *Processo nº 3340/1999 (0578/1998, 0073/2001, 0009/2002 e 0015/2003)*
Contratada: Xerox Comércio e Indústria Ltda.
Objeto: Locação de máquinas copiadoras

Trata o presente da contratação, por intermédio da Concorrência nº 003/2000, da empresa Xerox Comércio e Indústria Ltda. para a locação de máquinas copiadoras para a CLDF. Encontra-se em execução o Contrato nº 011/2000, por força do 4º Termo Aditivo, firmado em 22/05/2003, que prorrogou sua vigência de 24/05/2003 a 23/05/2004.

Da análise dos autos do processo em epígrafe, constatamos irregularidade na edição do 2º, do 3º e do 4º Termos Aditivos ao Contrato nº 011/2000, que, em desacordo com orientação do Tribunal de Contas do Distrito Federal – TCDF, deixaram de adotar a cobrança por cópia efetivamente reproduzida.

Com efeito, por intermédio do Ofício GP nº 01/2001 – Circular, datado de 28/03/2001, dirigido a Sua Excelência o Senhor Deputado Distrital Jorge Afonso Argello, então Presidente da CLDF, a Presidente do TCDF comunica que “O Tribunal, entre outras providências, decidiu determinar aos órgãos jurisdicionados do complexo administrativo do Distrito Federal que revejam seus contratos de locação de copiadoras e fornecimento de cópias reprográficas, no sentido de ajustar o valor da franquia de cópias ao consumo real da





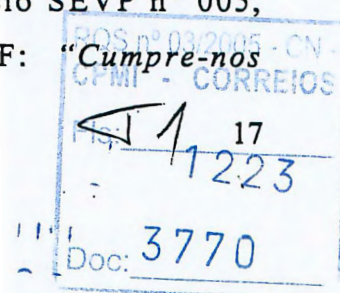
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

unidade usuária, a fim de evitar pagamentos por serviços não utilizados." (fls. 499).

Nestes termos, o executor do contrato em comento, em despacho datado de 01/04/2001, dirigido à chefia da Divisão de Serviços Gerais, alerta que *"Junto com a prorrogação em apreço, deverá ser feita a alteração contratual necessária, de forma a que o faturamento pelos serviços reprográficos seja feito com base nas quantidades de cópias mensalmente consumidas por cada equipamento locado, atendendo à determinação contida no Ofício GP nº 01/2001 – Circular, do Tribunal de Contas do Distrito Federal, o que implicará na alteração das cláusulas pertinentes, do referido contrato e de seu Primeiro Termo Aditivo, assinado em 08 de novembro de 2000."* (fls. 506)

Todavia, em 23/05/2001, foi firmado o 2º Termo Aditivo ao Contrato nº 011/2000, prorrogando a vigência contratual por 12 meses, sem adotar a orientação do TCDF quanto à forma de cobrança por cópias reproduzidas. (fls. 561/562).

Por ocasião das negociações que resultaram na assinatura do 3º Termo Aditivo ao Contrato nº 011/2000, novamente se cogitou da adoção da orientação do TCDF, sendo que a CLDF, por meio do Ofício SEVP nº 004, de 25/03/2002, dirigido à Xerox, adverte a empresa contratada que *"Em cumprimento à determinação constante do Ofício GP nº 01/2001, do Tribunal de Contas do Distrito Federal, informamos que, a partir da próxima prorrogação, os preços das franquias previstas no contrato em apreço deverão ser cobrados proporcionalmente à quantidade de cópias produzidas mensalmente por cada máquina copiadora."* (fls. 498). De igual modo, por meio do Ofício SEVP nº 005, de 27/03/2002, dirigido ao TCDF, consigna a CLDF: *"Cumpre-nos*





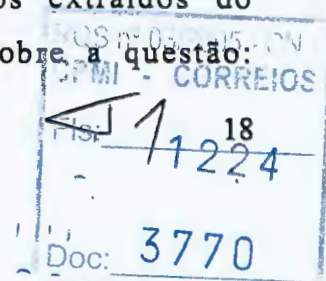
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

informar que a prorrogação em apreço obedecerá o disposto no Ofício GP nº 01/2001, dessa Colenda Corte, de acordo com a comunicação feita à Xerox – Comércio e Indústria Ltda. pelo Ofício OF/SEVP/nº 004/02, de 25 de março de 2002” (fls. 501).

Em 15/04/2002, tratando da prorrogação do Contrato nº 011/2000, manifesta-se o Sr. Procurador-Geral da CLDF, por meio do Despacho nº 084/2002, asseverando: “Assim, tendo em vista que a prorrogação do instrumento contratual é ato bilateral, ou seja, ambas as partes têm que estarem (sic) acordes, em seus termos e condições, é possível tal avença, amparada na disposição legal antes referida. Contudo, no caso em tela, há de ser adaptado o contrato, visando ajustá-lo a orientação da E. Corte de Contas Local (Ofício GP nº 01/2001 – Circular), no sentido de que o faturamento pelos serviços prestados seja feito com base nas quantidades de cópias efetivamente consumidas por esta Casa Legislativa, estabelecendo a franquia de cópias ao consumo real.” (fls. 511/512).

Contudo, em 17/05/2002, foi firmado o 3º Termo Aditivo ao Contrato nº 011/2000, prorrogando seu prazo de vigência por 12 meses, porém sem adotar, por mais uma vez, a orientação do TCDF quanto à forma de cobrança por cópias reproduzidas. (fls. 517/518).

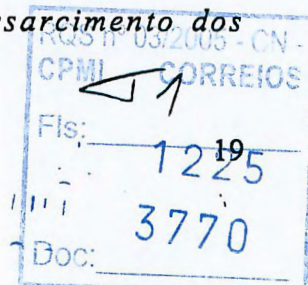
Ao analisar a matéria, a Procuradoria-Geral da CLDF, por intermédio do Parecer nº 216/02-PG, datado de 06/11/2002, exarado em conjunto pelas Advogadas DENISE SANKIEVICZ, CARLA MARIA MARTINS GOMES e PATRÍCIA VIEIRA COELHO PEREIRA, manifestou-se pela ilegalidade da situação, o que induziria à nulidade da avença (fls. 544/553). Transcrevemos a seguir trechos extraídos do referido parecer que, de forma elucidativa, discorre sobre a questão:





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

“(...) A situação de desobediência em que se encontra esta Casa torna-se ainda mais grave quando se verifica que dois termos aditivos foram celebrados após a notificação feita pelo Tribunal de Contas do Distrito Federal, sem que tenha havido a necessária revisão. O Segundo Termo Aditivo data de 23 de maio de 2001 e, o Terceiro, foi assinado pelas partes em 17 de maio de 2002. No caso do Terceiro Termo Aditivo, em especial, é inexplicável a falta ocorrida. Às fls. 498, o Sr. Secretário Executivo da Vice Presidência, em ofício enviado à empresa Xerox do Brasil Ltda., comunicou, expressamente, que o Terceiro Termo Aditivo seria celebrado de acordo com a recomendação do TCDF. (...) Ora, ao serem ratificadas todas as cláusulas do contrato original, deixou-se de proceder à revisão determinada pelo Tribunal de Contas do Distrito Federal e em razão disso a contratada continuou a ser remunerada por cópias que não foram efetivamente utilizadas. Além disso, a CLDF, oficialmente, comunicou ao TCDF que estaria adequando-se à sua determinação mas, não se sabe por qual razão, não procedeu à alteração contratual. (...) Os fatos aqui narrados conduzem, necessariamente, à nulidade dos dois termos aditivos celebrados após a notificação feita pelo TCDF. Não se pode admitir que a CLDF, alertada na pessoa de seu Presidente, tenha usado recursos públicos para fazer pagamentos vedados pelo TCDF. Viciados os termos aditivos, seja por violarem o disposto no art. 38, parágrafo único, da Lei 8.666, seja por conflitarem com o princípio da moralidade administrativa, a nulidade é inarredável. (...) Imprescindível, ainda, a abertura de processo administrativo, para que o episódio aqui relatado seja esclarecido, responsabilidades sejam apuradas e sanções aplicadas. Por fim, verificada a lesão ao erário, recomendamos, ainda, a remessa dos autos ao Tribunal de Contas do Distrito Federal, para que seja examinado se a hipótese comporta a abertura de Tomada de Contas Especial, visando ao ressarcimento dos cofres públicos.” (grifos do original).





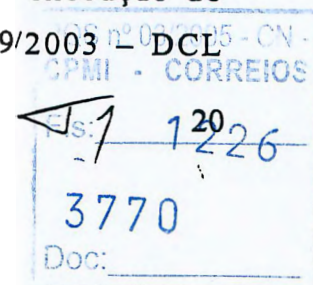
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Em 22/05/2003, foi firmado o 4º Termo Aditivo ao Contrato nº 011/2000, prorrogando seu prazo de vigência por 12 meses, porém novamente desconsiderando a orientação do TCDF quanto à forma de cobrança por cópias reproduzidas (fls. 629/630).

Por todo o exposto, concluímos que a CLDF permanece em situação irregular em face da orientação do TCDF, razão pela qual impõe-se a revisão dos atos referidos, bem como a instauração de **processo administrativo disciplinar** para apurar eventuais faltas perpetradas por servidores desta Casa, e de **tomada de contas especial** visando tornar indene o erário caso se apure comprometimento indevido dos recursos públicos.

04. *Processo nº 1062/2001*
Contratada: Cia Urbanizadora da Nova Capital do Brasil - Novacap
Objeto: Realização de licitação, fornecimento de projetos de engenharia e acompanhamento das obras de construção da nova sede da CLDF

Trata o presente da contratação direta, por dispensa de regular procedimento licitatório, com espeque no permissivo legal do art. 24, inc. VIII, da Lei nº 8.666/93, da Companhia Urbanizadora da Nova Capital do Brasil – NOVACAP, cujo objeto consiste na *realização de licitação, fornecimento de projetos de engenharia e acompanhamento das obras de construção da nova sede da CLDF*. Realizado o certame licitatório pela NOVACAP, restou vencedora a empresa Via Dragados S/A, cuja contratação não está sendo analisada no âmbito desta auditoria por se tratar de negócio entre terceiros em face desta Casa. No entanto, por oportuno, convém registrar a constituição de grupo de trabalho no âmbito da CLDF encarregado de acompanhar e fiscalizar a execução do contrato Novacap-Via Dragados (Ato do Presidente nº 519/2003 – DCL





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

de 30/04/2003), bem como o fato de o Tribunal de Contas do Distrito Federal haver instaurado procedimento específico para o acompanhamento da Concorrência nº 019/2001-Novacap, cujo objeto consistia na contratação de empresa de engenharia para a construção da sede da CLDF (Processo nº 193/2002-TCDF).

Nestes termos, analisando especificamente a contratação direta da NOVACAP (Contrato nº 016/2001), entendemos que a mesma não atente aos requisitos legais, o que importa em sua nulidade.

Com efeito, a Lei de Licitações e Contratos Administrativos (Lei nº 8.666/93) assevera, *in verbis*:

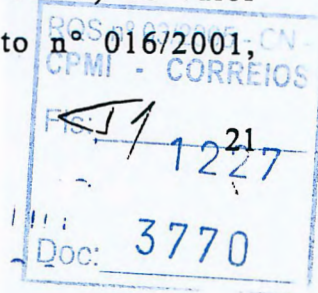
"Art. 24. É dispensável a licitação:

(omissis)

VIII – para a aquisição, por pessoa jurídica de direito público interno, de bens produzidos ou serviços prestados por órgão ou entidade que integre a Administração Pública e que tenha sido criado para esse fim específico em data anterior à vigência desta Lei, desde que o preço contratado seja compatível com o praticado no mercado;" (grifamos).

Ora, da análise dos autos resulta a conclusão segundo a qual restou descumprido o comando legal acima transcrito, em sua parte final, que exige que o preço contratado seja compatível com o praticado no mercado.

Deveras, conforme pactuado, a CLDF obrigou-se a pagar à NOVACAP, a título de "taxa de serviços de fiscalização e assistência técnica", a importância correspondente a 8% (oito por cento) do valor estimado da obra de construção da nova sede (Contrato nº 016/2001,



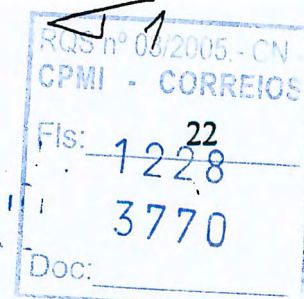


CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

Cláusula Quarta). Ademais, há nos autos documentos que comprovam à exaustão que a taxa de administração cobrada pela NOVACAP da CLDF seria inferior àquela imposta a outros órgãos públicos contratantes de seus serviços. Todavia, à toda evidência, não se pode confundir tal fato com a comprovação de compatibilidade com os preços praticados no mercado.

Assim, impõe-se compreender que a Lei nº 8.666/93, ao permitir a contratação direta, dispensando a realização de licitação, o faz condicionando-a à constatação de que o preço a ser contratado esteja compatível com os praticados no mercado. Vale dizer: poderia a CLDF contratar com a NOVACAP por dispensa de licitação (Lei nº 8.666/93, art. 24, inc. VIII) desde que o preço proposto pela NOVACAP fosse compatível com os preços de mercado, assim entendidos aqueles que outras empresas igualmente capacitadas para prestar os serviços requeridos estariam determinadas a cobrar. Daí não interessar o fato de a NOVACAP estar cobrando da CLDF taxa inferior à que tem cobrado de outras instituições, pois o mercado de administração de obras nesta capital não se resume à NOVACAP. Logo, para se concluir pela vantajosidade da contratação da NOVACAP para a prestação dos serviços contratados, seria necessário que houvesse pesquisa de mercado comprovando que seus preços estão compatíveis com os praticados no mercado.

Nestes termos, verifica-se que não houve justificativa de que o preço proposto pela NOVACAP esteja compatível com o praticado no mercado, restando desatendidas as exigências legais para sua contratação direta com fundamento no art. 24, inc. VIII, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos.





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

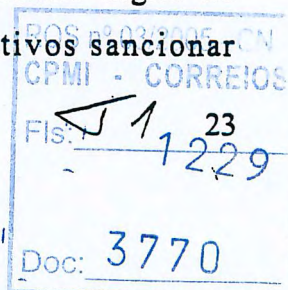
Corroborando nosso entendimento, com enfoque na problemática da economicidade da contratação direta fundada no permissivo legal do art. 24, inc. VIII, da Lei nº 8.666/93, leciona MARÇAL JUSTEN FILHO, *ad litteram*:

"A Reforma Administrativa (EC nº 19/98) trouxe outro dado para reforçar uma questão que tendia a passar despercebida. Trata-se da economicidade da contratação. Na parte final do inc. VIII, condiciona-se a contratação à prática de preço 'compatível com o praticado no mercado'.

Ora, a regra geral é a impossibilidade de a Administração desperdiçar recursos. É-lhe vedado pagar mais do que o necessário para obter certa utilidade. Assim se impõe por força do princípio da indisponibilidade do interesse público, diretamente derivado do princípio da República. A Administração e seus agentes não são 'donos' dos recursos públicos.

O princípio produz obstáculos inclusive ao desembolso em favor da manutenção de organismos e entidades administrativas ineficientes. Não se legitima o desperdício através do argumento 'criada para aquele fim específico'. A regra é a Administração desembolsar o mínimo possível para obter certa utilidade. Se a iniciativa privada dispõe de ofertas mais vantajosas para executar certo objeto, a Administração não pode realizar despesas mais elevadas, sob a única justificativa de que está recorrendo aos préstimos de entidade administrativa." (in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 5ª edição, São Paulo, Editora Dialética, 1998, pg. 227).

Desta forma, resta evidente o fato de a Administração estar obrigada a perscrutar o mercado a fim de certificar-se de que o preço praticado pela entidade que pretende contratar sem licitação esteja compatível com os preços cobrados por empresas igualmente capacitadas a prestar o objeto desejado. Não tendo adotado tais cautelas, em frontal descumprimento ao comando legal em apreço, impõe-se concluir pela nulidade da avença, vez que realizada ao arrepio da lei, sendo digno de nota o fato de a Lei das Licitações e Contratos Administrativos sancionar





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

a conduta do agente que deixa de observar as formalidades pertinentes à dispensa de licitação (Lei nº 8.666/93, art. 89).

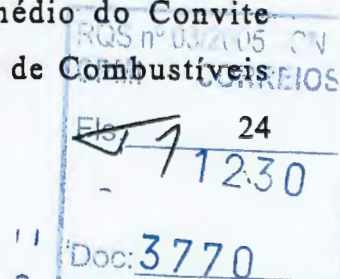
- 05. *Processo nº 0150/1997***
Contratada: Itiquira Turismo Ltda.
Objeto: Fornecimento de passagens aéreas

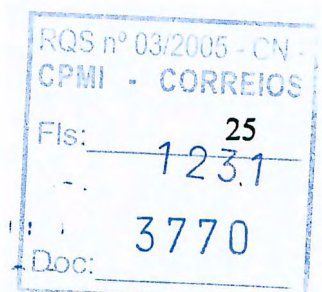
Trata o presente da contratação, por intermédio da Tomada de Preços nº 015/1997, da empresa Itiquira Turismo Ltda. para o fornecimento de passagens aéreas nacionais e internacionais para a CLDF. O Contrato nº 015/1997 esteve em vigor de 15/05/1997 a 15/09/2002, tem sido aditado por cinco vezes, sendo o último aditamento firmado com fundamento no permissivo legal do art. 57, § 4º, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, que autoriza a prorrogação excepcional da vigência contratual. Atualmente, encontra-se em vigor o Contrato nº 012/2002, firmado com a empresa Apolo Agência de Viagens e Turismo Ltda. (Processo nº 0027/2002).

Não foram constatadas falhas mais graves no processo analisado, porém, verificamos deficiências na instrução dos autos, a saber: ausência das fls. 241, 242, 243 e 244; repetição das fls. 464 e 1464; ausência de numeração das fls. 750, 1620 e 1621. Ademais, verificamos deficiências na execução do contrato, carecendo de relatórios detalhados de execução.

- 06. *Processo nº 0007/2002 (0103/2003)***
Contratada: CDC Companhia Distribuidora de Combustíveis Ltda.
Objeto: Fornecimento de 15.000 litros de combustível (gasolina)

Trata o presente da contratação, por intermédio do Convite nº 002/2002, da empresa CDC Companhia Distribuidora de Combustíveis







CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
GABINETE DA MESA DIRETORA
SECRETÁRIO EXECUTIVO - SEGUNDA SECRETARIA

Folha:	2107
Processo:	770/01
Matricula:	1560142

MEMO/SE 2ª Sec nº 140/03

Em 1º de outubro de 2003.

Ao: Procurador Geral da CLDF

Assunto: **Licitação para contratação de agências de publicidade e propaganda**

Ref.: **Processo 001.00770/2001**

Com referência ao processo em epígrafe, venho informar a V.Sa. que, no momento em que, na qualidade de um dos Ordenadores de Despesa desta Casa, função conjunta delegada por meio do Ato do Presidente nº 009/2003, procedíamos à análise dos autos, com vistas a emitir parecer sobre recurso interposto pela licitante **CÉLULA PUBLICIT LTDA**, chegou ao nosso conhecimento texto com o título **CONCORRÊNCIA 006/2002/ESTRANHAS COINCIDÊNCIAS DA PROPAGANDA** – cópia anexa - tecendo considerações acerca de coincidências de fatos relacionados às empresas **SMP&B Comunicação Ltda.** e **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda.**, ambas participantes do certame em lide.

Tomados de preocupação pela possibilidade de que tal fato possa comprometer ou mesmo invalidar o processo em andamento, e assim expor de forma indesejável a Câmara Legislativa perante a opinião pública, houvermos por bem nem mesmo prosseguir na análise em comento, mas sim proceder ao levantamento de informações preliminares que possam avaliar o mérito de supostas irregularidades.

Nesse sentido, trazemos ao conhecimento de V.Sa. as seguintes informações:

1. O site da empresa **SMP&B Comunicação Ltda.** – cópia anexa - informa que um novo site encontra-se em construção e indica o telefone (31) 32476600 para falar com a agência. Ao ligar para o referido número, em Belo Horizonte, foi informado pela atendente que a representação da agência, em Brasília, tem endereço no SBN Q. 01 Bloco B, sala 202, Ed. CNC, telefone 328-0423.

2. Consulta ao site da empresa **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda.** – cópia anexa -. indica como endereço e telefone da agência, em Brasília, exatamente os mesmos citados no item acima.

3. O mesmo site da empresa **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda** apresenta os funcionários da agência, levando à constatação de que 4 (quatro) deles - Mateus Braga, Cláudio Emiliano do Amaral Leite, Fernando Nonato Ferraz e Valéria do Rêgo Monteiro Pereira Vieira – constam relacionados na Proposta Técnica da empresa **SMP&B Comunicação Ltda** – cópia anexa.

4. Na mesma Proposta Técnica supracitada, o endereço da empresa **SMP&B Comunicação Ltda** é no SBN Quadra 1 – Bloco B – Lote 24 – sala 201, Ed. CNC., telefone (61) 328-0423. Observa-se, de pronto, que os dados apontam para os mesmos

Fls.:	1232
Doc:	3770

endereço e telefone da empresa **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda**, com exceção, apenas, do número da sala, que, em vez de 202 é 201.

Em face do exposto, e sem a pretensão de oferecer qualquer julgamento pré-concebido acerca da questão, consultamos essa douda Procuradoria sobre o encaminhamento legal que se deve dar ao processo licitatório, considerando o conjunto de novas informações que se apresentaram em decorrência do texto divulgado, de modo que, à luz da legislação pertinente e das normas editalícias, não restem quaisquer possibilidades de comprometimento da lisura da concorrência pública em tela.

Atenciosamente,



RUITHER JACQUES SANFILIPPO
Secretário Executivo - Segunda Secretaria
Ordenador de Despesa

Folha:	2108
Processo:	740/01
Rubrica:	
Matricula:	1560142

RQS nº 03/2005 - CN -	
CPMI - CORREIOS	
Fls:	1233
	3770
Doc:	



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
GABINETE DA MESA DIRETORA
SECRETÁRIO EXECUTIVO - SEGUNDA SECRETARIA

Folha: 2109
Processo: 770/01
Rubrica:
Matrícula: 180142

MEMO/SE 2ª Sec nº 140/03

Em 1º de outubro de 2003.

Ao: Procurador Geral da CLDF

Assunto: Licitação para contratação de agências de publicidade e propaganda

Ref.: Processo 001.00770/2001

Com referência ao processo em epígrafe, venho informar a V.Sa. que, no momento em que, na qualidade de um dos Ordenadores de Despesa desta Casa, função conjunta delegada por meio do Ato do Presidente nº 009/2003, procedíamos à análise dos autos, com vistas a emitir parecer sobre recurso interposto pela licitante CÉLULA PUBLICIT LTDA, chegou ao nosso conhecimento texto com o título **CONCORRÊNCIA 006/2002/ESTRANHAS COINCIDÊNCIAS DA PROPAGANDA** – cópia anexa - tecendo considerações acerca de coincidências de fatos relacionados às empresas **SMP&B Comunicação Ltda.** e **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda.**, ambas participantes do certame em lide.

Tomados de preocupação pela possibilidade de que tal fato possa comprometer ou mesmo invalidar o processo em andamento, e assim expor de forma indesejável a Câmara Legislativa perante a opinião pública, houvermos por bem nem mesmo prosseguir na análise em comento, mas sim proceder ao levantamento de informações preliminares que possam avaliar o mérito de supostas irregularidades.

Nesse sentido, trazemos ao conhecimento de V.Sa. as seguintes informações:

1. O site da empresa **SMP&B Comunicação Ltda.** – cópia anexa - informa que um novo site encontra-se em construção e indica o telefone (31) 32476600 para falar com a agência. Ao ligar para o referido número, em Belo Horizonte, foi informado pela atendente que a representação da agência, em Brasília, tem endereço no SBN Q. 01 Bloco B, sala 202, Ed. CNC, telefone 328-0423.

2. Consulta ao site da empresa **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda** – cópia anexa -. indica como endereço e telefone da agência, em Brasília, exatamente os mesmos citados no item acima.

3. O mesmo site da empresa **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda** apresenta os funcionários da agência, levando à constatação de que 4 (quatro) deles - Mateus Braga, Cláudio Emiliano do Amaral Leite, Fernando Nonato Ferraz e Valéria do Rêgo Monteiro Pereira Vieira – constam relacionados na Proposta Técnica da empresa **SMP&B Comunicação Ltda** – cópia anexa.

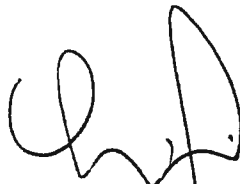
4. Na mesma Proposta Técnica supracitada, o endereço da empresa **SMP&B Comunicação Ltda** é no SBN Quadra 1 – Bloco B – Lote 24 – sala 201, Ed. CNC, telefone (61) 328-0423. Observa-se, de pronto, que os dados apontam para os mesmos

Fls: 1234
3770
Doc:

endereço e telefone da empresa **GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda**, com exceção, apenas, do número da sala, que, em vez de 202 é 201.

Em face do exposto, e sem a pretensão de oferecer qualquer julgamento pré-concebido acerca da questão, consultamos essa douta Procuradoria sobre o encaminhamento legal que se deve dar ao processo licitatório, considerando o conjunto de novas informações que se apresentaram em decorrência do texto divulgado, de modo que, à luz da legislação pertinente e das normas editalícias, não restem quaisquer possibilidades de comprometimento da lisura da concorrência pública em tela.

Atenciosamente,



RUITHER JACQUES SANFILIPPO
Secretário Executivo - Segunda Secretaria
Ordenador de Despesa

Folha:	2110
Processo:	770/01
Rubrica:	UC
Matricula:	156042

RQS nº 03/2005 - CN -	
CPMI - CORREIOS	
Fls:	1235
Doc:	3770

CÂMARA LEGISLATIVA DO DF
Setor de Comunicação e Propaganda
Título de Propriedade de Marca
Atestamos ao presente documento a veracidade de
2110 ... e sua validade pelo ... IX ...
a partir de ... 2111 ...
Em 19/10/03
141126
Rubrica / Matricula

2.2 Quantificação e qualificação da equipe técnica

AUTENTICAÇÃO CLODF
Atestamos o presente documento por
ser reprodução fiel ao original que
nos foi apresentado.

Brasília-DF Em 01/10/03

Sec. de ...
do Presidente nº 38/03
Mat. 11.135-65

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls.: 1236

Doc: 3770

A Giacometti Propaganda e Arquitetura de Marca aloca uma equipe composta de aproximadamente 27 profissionais destacados dentre os 75 integrantes de seu quadro, para atendimento a Câmara Legislativa do Distrito Federal. A equipe detém em seu conjunto larga experiência em marketing institucional.

♦ PESQUISA

Os estudos e pesquisas conduzidos pela equipe interna são realizados com a orientação direta de Dennis Giacometti, utilizando nos trabalhos de campo uma equipe de universitários trainees.

Marcelo de Almeida Mello Pasqualucci (Coordenador da Equipe de Pesquisa)

Formado em Publicidade pela Universidade Mackenzie. Atuou na área de marketing da ESB Eletronic Services, organizando Feiras e Eventos, coordenando o site, desenvolvendo catálogos técnicos e projetos de endomarketing. Trabalhou na área comercial de uma multinacional do ramo imobiliário (Colliers International) e atualmente é responsável pelo departamento de pesquisa da Giacometti Propaganda.

♦ ESTUDO E PLANEJAMENTO

Dennis Aurélio Giacometti (Planejador Sênior)

Formado em Arquitetura, trabalha há 25 anos como publicitário na área de planejamento de comunicação e marketing, tendo desenvolvido a metodologia "Pensando Estrategicamente", adotada pela Giacometti Propaganda.

Trabalhou na área de planejamento da MPM Casa Branca, Castello Branco e Associados (CBBA) e Guimarães & Giacometti. Foi vice-presidente de merchandising da Rede Globo (Apoio). Foi diretor de planejamento da Futura Scali Mac Cabe & Sloves.

Foi professor na cadeira de Planejamento Estratégico do MBA da Madia Marketing School.

Hiran Castello Branco (Planejador Sênior)

Presidente do Conselho Nacional de Propaganda (CNP).

Conselheiro da Associação Comercial de São Paulo, da ADVB e da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão). Ex-presidente da APP e do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

Graduado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, fez estágio de aperfeiçoamento profissional na BBDO, Nova York. Representou a CBBA em reuniões internacionais, de agências associadas à BBDO em Veneza, Zurique, Amsterdã, Johannesburgo e Nova York.

Secretaria
Ato do Presidente nº 5000
Mat. 11/135-65

CPMI - CORREIOS
Fls. 1237

3770

Reconhecido pela revista Meio & Mensagem, com o Prêmio Caboré, como "Profissional de Planejamento/Atendimento", destaque do Prêmio Colunistas Nacional, por trabalhos associativos, 2º líder setorial mais votado na eleição de 1984, da revista Balanço Anual, da Gazeta Mercantil. Prêmio Comunicação da revista Bolsa de Valores do Rio de Janeiro - "Os Bem-Sucedidos", em 1984 e 1988, "Líder Setorial" no Fórum Gazeta Mercantil. Eleito em 1986 "Publicitário do Ano"; Prêmio "Top de Marketing" pela coordenação da Campanha do Soro Caseiro para o Unicef e o Conselho Nacional de Propaganda.

A convite do Unicef, proferiu palestras sobre "A Comunicação como Instrumento de Mobilização Social" durante o "AIDS Retreat", evento ocorrido na sede das Nações Unidas, Nova York. E "A Comunicação como Instrumento de Apoio à Terapia de Reidratação Oral", em evento sediado em Daka, Bangladesh, envolvendo representantes de países da Ásia e África.

♦ CRIAÇÃO

Carlos Righi (Diretor de Criação)

Formado em Publicidade e Propaganda pela FAAP (Fundação Armando Alvares Penteado), São Paulo. Começou como redator na MPM Propaganda em 1983. Trabalhou por onze anos nesta agência, saindo como supervisor de criação na então MPM Lintas. Redator na Young & Rubican e depois na DPZ por cinco anos. Diretor de criação da Carillo Pastore Euro RSCG e depois da QG Comunicação, do Grupo Talent. Agora é diretor de criação da Giacometti. Entre outros clientes, já criou campanhas para Fiat, Walita, Lever, Johson's & Johson's, Hering, Knorr, AT&T, Varig, Bosch, Itaú, Coca-Cola, Credicard, Avon, Kaiser, Brahma, Embratel, Philips, Fininvest, Max Blue, Arapuã, Lojas Marisa e Zogbi. Já ganhou prêmios em todos os festivais brasileiros e nos principais festivais internacionais. Eleito, em novembro de 2001, presidente do Clube de Criação de São Paulo.

Ricardo Ribeiro (Redator)

Dez anos de experiência como redator publicitário, trabalhando em algumas das principais agências do País: JW Thompson, Ogilvy, Young & Rubicam, Rino, Talent e, atualmente, Giacometti. Nesse período atendeu clientes nacionais e internacionais, como Estrela, American Express, Estadão, O Boticário, Alcântara Machado, Varig, Nestlé, União, Bandeirante Energia, Fotoptica, Jaguar, Parmalat, Gessy Lever, entre outras.

Reynaldo Bosquê, redator.

Começou como estagiário na DM9 em 1996. Passou pela Young & Rubicam, Loducca e Talent. Atendeu clientes como Lojas Americanas, Honda, Brastemp, Semp Toshiba, Estadão e Intelig. No currículo, prêmios no CCSP e Festival de Cannes.

RQS n° 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS

Fls: 1238

Doc: 3770

Autenticado por
ser o original
ma foi impresso
Brasil, DF, Em
10/10/03
Secretaria de
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.185-65

Doriano Carneiro Cecchetti (Diretor de Arte)

Formado em Propaganda e Marketing pela ESPM, atua no mercado desde 1973. Trabalhou nas principais agências do país: McCann Erickson, como diretor associado de criação, Standard Ogilvy Mather, como diretor associado de criação, Detroit, DPZ, Talent Biz e Talent. Atendeu clientes nacionais e internacionais, como Nestlé, GM, Goodyear, Gessy Lever, Estadão, União, Heinneken, Kaiser, Brastemp, American Express, Philip Morris, Renault, Riachuelo, O Boticário, etc. Atualmente é diretor de arte da Giacometti, atendendo diversas contas.

Daniel Federico Rasello (Diretor de Arte)

Formado em Publicidade pela FAECC (Fundación de Altos Estudios em Ciencias Comerciales), na Argentina. Cursos: Desenho Gráfico, Teoria da Cor e Produção Gráfica, e Teoria da Arte (todos em Buenos Aires).

Atuou como diretor de arte na Argentina, de 1987 a 1990, tendo passado pelas agências Ortiz-Anaya AS de Publicidad, Da Vinci Publicidad, Lautrec & Asociados, e Marcet & Asociados. Em São Paulo, nas agências Grapho Comunicações, Plan Apply, PubliCo. Nesse período conquistou os prêmios Cronista Comercial (da Argentina) e Colunistas do Brasil.

Ivan Fernandes Caires (Diretor de Arte)

Formado em Comunicação Social pela Unaerp (Universidade de Ribeirão Preto), realizou vários cursos: Desenho e Pintura, com prof. Francisco Amêndola; Escultura, com Basano Vacarini; e Cinema e Televisão pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). De 1982 a 2000, exerceu o cargo de diretor de criação da CBP (Companhia Brasileira de Publicidade), atendendo às contas: Calçados Samello, Arcor Alimentos (goma de mascar DinOvo), Travesseiros SonnoBlu, Dado Beer, Banco Noroeste, Bacalhau da Noruega, Caixa Econômica do Estado de São Paulo (Nossa Caixa), Secretaria de Segurança do Est. de São Paulo, Secretaria de Turismo do Est. de São Paulo - Paulistur, governos Montoro, Quêrcia, Fleury; e construtoras: Company, Desim, Ferreira de Souza, Gafisa, Inpar, JHS, Lopes Consultoria de Imóveis, Scopel, Serveng e Tecnisa. Premiado com medalhas de ouro e prata com a campanha "Raspou, achou, ganhou". E também com os prêmios Colunistas São Paulo e Profissionais do Ano.

Stella W. Botella Bitelman (Diretora de Arte)

Formada em Desenho Industrial, com habilitação em Programação Visual, pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo em 1991. Atua na área desde 1991, tendo trabalhado para clientes como: Basf, Natura, Senac, Costa Cruzeros, Hotéis Le Meridien, TNT, Azevedo & Travassos, Hotéis Jatiúca, Calçados Kebec, Armadilha, Refinações de Milho Brasil, entre outros, participando da criação e execução de folhetos, campanhas, design de rótulos e embalagens, e material promocional.

Autentico
scr reproduzido
me foi apresentado
do documento per
original que
Brasília-DF Em, 11/03/2003
Sec. do
Ato do Presidente
Mat. 11/03/2003
RU 11/03/2003

Fis: 3238
3064-0051

Trabalhou em agências como: Paper Factory, Best Paper Comunicação, Ancona Lopes, Aromarketing, entre outras.

Patrícia Bianco (Diretora de Criação do Núcleo de Merchandising e Comunicação Dirigida)

Formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhembi Morumbi em 1990. Iniciou sua carreira em Artes Plásticas, como ilustradora, passando pelas agências Denison, McCann-Erickson e FG. Foi uma das primeiras gerações formadas pela Gráficos Burti, o que lhe abriu oportunidades nas agências MPM Lintas, Young & Rubican, DM9 e QG.

Em 92 fundou a Mouse Criativo Comunicações, agência com uma proposta extremamente interativa a clientes, como: HP Invent, Hotel Hilton Morumbi, Canvas Bar & Grill, Living Well Health Club, Avon Cosméticos, AmBev, Pueri Domus, Experimento, UsPlay Barra Bowling, Fun Station, First Power's Concessionária BMW, etc.

Ganhou Prêmios Colunistas como: melhor campanha promocional para Playbowling; ação ao trade para Techint Engenharia; MKT Direto para BMW; direção de arte para programas do Teatro Alfa; e Prêmio Abemd para Brasil Telecom, em MKT Dirigido a deficientes visuais.

Fabio A. Bruno (Assistente de Arte)

Formado em Publicidade e Propaganda pela UNIP (Universidade Paulista), trabalhou na área de webdesign criando e produzindo sites na Dexter Multimídia; como assistente na Brothercast Comunicação; no marketing da ACBR criando embalagens e participando do lançamento do produto Geo PC.

Bernardo Castello Branco (Webdesigner e Produtor para Web)

Formado em Linguística pela USP (Universidade de São Paulo), iniciou sua carreira na CBBA/Propeg na década de 80 como diretor de arte, onde desenvolveu trabalhos para importantes clientes nacionais e multinacionais como Philco, Leite Paulista, Reckitt & Colman e Refinações de Milho Brasil. Transferiu-se para a Adex nos anos 90, onde trabalhou para contas do setor público, Governo do Estado de São Paulo. Dedicou-se à Internet de 1995 em diante, desde os primeiros momentos da Web, tendo fundado a Casulo Web Design, hoje parte do Network da Giacometti Propaganda. Desenvolveu sites para clientes como o portal UOL, incluindo sites de personalidades. O site Millôr On-Line, de sua responsabilidade, foi premiado como o melhor no gênero e conta hoje com mais de 2 milhões de visitas.

Autenticação e Presença documental por
ser reprodução fiel do original que
foi apresentado.
PRODUÇÃO DE RTVC
Brasília-DF Em 11/12/03
Secretaria Especial do
Ato do Presidente nº 50703
Mat. 11.135-85

FQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fls: 1240
Doc: 3770

Pércio Bruno Stella (Produtor de RTV)

Formado em Propaganda e Marketing pela UNIP (Universidade Paulista). Atuou por dois anos em diversas áreas de produção de cinema e vídeo publicitário, nas empresas O2 Filmes, Vídeo Imagem e Gil Ribeiro Filmes. Participou de cursos de fotografia, iluminação, roteiro, captação em vídeo, edição não-linear e animação 2D. Atua há três anos na Giacometti Propaganda na área de produção, coordenando e supervisionando todas as peças publicitárias de mídia eletrônica.

♦ PRODUÇÃO GRÁFICA

Valter da Silva (Produtor Gráfico)

Formado em Publicidade pela Universidade Anhembi Morumbi, atua há 23 anos no mercado publicitário. Trabalhou em agências como: GKG, DPZ, McCann-Erickson, J W Thompson, com clientes de diversos segmentos.

Silvia P. Amorim (Assistente de Produção Gráfica)

Formada em Publicidade e Propaganda pela UNIP (Universidade Paulista). Atua há quatro anos como assistente de produção gráfica. Trabalhou em empresas como: Rino Publicidade, exercendo a função de assistente de produção gráfica; e DZ&R (empresa da área de editoração eletrônica), como atendimento.

Claudiney Tejo Sampaio (Operador de Computação Gráfica)

Participou pela Escola de Artes Gráficas do Senai, dos seguintes cursos: Serigrafia, Fotolito, Diagramação e Desktop Publishing. Iniciou sua carreira profissional em 1984. Atuou em empresas como: Fórmula Planejamento, Ancona Lopez Publicidade, Steel Company, Datawill Artes Gráficas, Mack Color e Asterisco Artes Gráficas.

José Nelson Forcacin (Revisor de Textos)

Formado em Letras pela Faculdade de Ciências e Letras de Penápolis (SP) e com aperfeiçoamento em gramática por curso de especialização de português. Iniciou sua atividade de revisor no jornal Gazeta de Pinheiros, passando à revisão de textos técnicos na editora Emep Editorial.

Atenção: o presente documento por ser reproduzido foi o original que me foi apresentado.
Brasília-DF Em 10/10/03
Ruthier José de Almeida
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fls: 1241

Doc: 3770

♦ **MÍDIA**

Deborah Alves Teixeira (Diretora de Mídia)

Formada pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, com habilitação em Publicidade e Propaganda em 1985, atuou nas áreas de Marketing, Atendimento a Clientes, Comunicação e Mídia.

Ao longo de mais de 16 anos de experiência na área de mídia, trabalhou para grandes clientes do setor público, como Nossa Caixa; e do setor privado, como Procter & Gamble, Brastemp e Bamerindus. Atuou em empresas como: Delta Propaganda, Cia. Brasileira de Publicidade (CBP), SA&A Comunicação e Marketing (atual Newcomm Bates), Z+G Grey Comunicação (atual Grey Brasil), Talent Comunicação e Mega On Line Textos.

Sandra Marques (Assistente de Mídia)

Formada em 1996, em Publicidade e Propaganda pela FIAM (Faculdades Integradas Alcântara Machado). Realizou nove cursos extracurriculares referentes à área de propaganda no Senac e um curso de marketing, de dois meses, na escola MLS, em Bournemouth, Inglaterra. Trabalhou nas agências: Projeto Propaganda, Rino Publicidade, Art & Manha e De Carli & Bright.

Silvia Mekarú (Planejadora de Mídia)

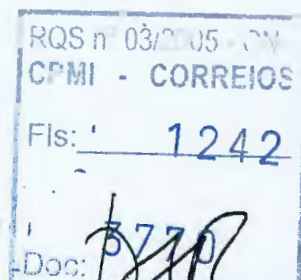
Formada em Comunicação Social pela ESAM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) e com diploma de extensão universitária em Business Administration pela University of California, Berkeley (EUA). Tem experiência de seis anos trabalhando nas áreas de mídia e marketing.

Trabalhou na Z+G Grey (atual Grey Brasil) e Salles D'Arcy, com clientes como Procter & Gamble, Éffem, Nossa Caixa Nosso Banco, Lexmark, Aquafresh e Danone. Também atuou na área de marketing para sucos e bebidas, da Tetra Pak.

Adriana Borrelli Parafatti (Mídia)

Formada em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Oswaldo Cruz. Atuou nas agências: De Carli Blase Publicitas & Comunicação e Publicidade (atual De Carli & Bright) por nove anos, nas áreas de mídia e tráfego; FX Publicidade, na área de mídia.

RECEBIDO GLOF
O documento apresentado por
ser reproduzido pelo original que
me foi apresentado.
Bresília-DF Em 01/10/03
Rui Inês J. Soares
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65



♦ **ATENDIMENTO**

Alberto Djinishian (Diretor de Atendimento)

Formado em Publicidade e com pós-graduação em Filosofia pela USP (Universidade de São Paulo), trabalha há 30 anos no mercado publicitário. Atuou em agências publicitárias como DPZ, J W Thompson e CBP (Companhia Brasileira de Publicidade) como redator e diretor de criação. Cursou Solving Problem, Institute of N.Y. University, at Buffalo (EUA). Professor de Criação Publicitária da ECA (Escola de Comunicação e Artes da USP) e ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Atuou como diretor de criação na Editora Abril. Teve vários trabalhos premiados, local e internacionalmente.

Fabíola de Souza Arantes (Planejadora de Marcas)

Formada em Publicidade, Propaganda e Criação pela Universidade Mackenzie, especializou-se em Administração em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Atualmente cursando MBA, em Gestão por Processos, na ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Atuou nas empresas DMV Comunicações e Calia Assumpção e Associados, como coordenadora do núcleo do cliente Mappin (loja de departamentos). Atualmente faz parte do grupo de planejamento estratégico da Giacometti Propaganda, atendendo às contas:

TRW Automotive, Interclínicas, Micronal, ABB, Varga Serviços e Moulinex.

Ana Elisa Moraes Barros (Gerente de Contas)

Formada em Desenho Industrial – Projeto de Produto pela Universidade Mackenzie, atuou como diretora-geral do Programa Ação Criança (Fundação Instituto Calfat Salem para Infância); como supervisora de importação e distribuição/vendas no mercado interno de cobre em bruto na Astra Comércio Importação e Exportação Ltda.; foi supervisora de contas na Guimarães Profissionais de Comunicação e Marketing atendendo às contas: Banco Icatu, Sal Cisne, Olivetti, Yázigi, YPF (lubrificantes), Reebok, Ultragaz, TVA, Mogiana (Guabi Pet), Monsanto, BVHE (Buena Vista Home Entertainment Disney) e Tilibra. Atualmente é diretora de contas, atendendo à conta das Lojas Marisa.

Eduardo Silva de Oliveira (Gerente de Contas)

Formado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela UNIP (Universidade Paulista) e pós-graduado em Marketing pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Atuou como executivo de negócios da empresa Folha da Manhã, atendendo: Casa Centro, Madeirense Conibra, Telhanorte, Di Cicco, Celular Express, Parque da Mônica e Playcenter.

Exemplar autenticado
me apresentando
Brazília DF Em 11/03/01
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/01
Mat. 11.135-65

CPMI - CORREIOS
1243
Fis: [assinatura]
Doc: [assinatura]

Passou, em 1994, a atuar como executivo de contas da Staff de Propaganda e Marketing, atendendo: Fortilit S/A, Construtora Camargo Corrêa, Editora Símbolo, Samp Assistência Médica, Fontana Seguros, Romstar do Brasil, Pizza Hut, Tocco Móveis para Escritório, The Waves e Eluma Laminados.

Atualmente é diretor de contas, atendendo: Rossi Residencial, Abradif - Distribuidores Ford, Ford Motor Company Brasil e Continental Pneus.

Daniel França (Assistente de Atendimento)

Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela UNIP (Universidade Paulista). Trabalha em agências de publicidade há quatro anos, como GPI Comunicação e Kobashi & Associados. Atendeu às seguintes contas: American Express, Cigna Seguradora, Espaço Corpo e Mente, Ingram Micro do Brasil, Okidata do Brasil, Apple do Brasil, entre outras. Atualmente atende à conta das Lojas Marisa.

Danielle Bacha Miranda (Executiva de Atendimento)

Formada em Propaganda e Marketing pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), atuou na área de comunicação e marketing na Equifax Unnisa (administradora de cartões de crédito), e nas áreas de planejamento e atendimento na agência Art Company (Grupo Talent), realizando eventos para a revista Caras e Lentes Transitions; campanhas promocionais para o papel higiênico Personal, da Santher; e para o lançamento da linha Professional Quality da Brastemp. Atualmente atende às contas: Continental Pneus, Prefeitura de Guarulhos (SP), TRW Automotive, Varga Serviços e Revista Imprensa.

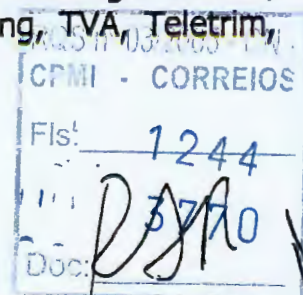
Renato Bianco, (Diretor do Núcleo de Merchandising e Comunicação Dirigida)

Formado pela Universidade Anhembi Morumbi, em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda em 1985. Fez cursos complementares como ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil), ABA (Associação Brasileira de Anunciantes) e APP (Associação Paulista dos Publicitários).

Iniciou sua vivência profissional, na assessoria de participação em eventos, congressos e feiras comerciais.

Em 1995, passou a atuar na Mouse Comunicações, quando ampliou sua experiência em planejamento de comunicação para campanhas de marketing direto, ações promocionais / PDV e na assessoria de participação de empresas em feiras comerciais.

Como diretor de contas atende a diferentes perfis de clientes, como: HP Invent, Hotel Hilton Morumbi, Pueri Domus, Fun Station, Avon Cosméticos, AmBev, Liberty Paulista Seguros, BMW, First Power's Concessionária BMW, Camargo Corrêa, Tecnicorp, Experimento, Suntech Supplies, Playcenter / Playbowling, TVA, Teletim, Alparagatas, entre outros.



Brasília-DF Em 11/10/03
Secretaria de Comunicação
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

Em novos negócios, desenvolveu prospecção junto ao mercado e também em grandes agências de propaganda, como: Talent, Lew Lara, Full Jazz, Banco de Eventos e Lowe Lintas.

Gil de Vasconcelos (Coordenadora Operacional)

Formada em Publicidade e Propaganda desde 1992, pela Universidade Anhembi Morumbi, com vários cursos de especialização em planejamento de propaganda e técnicas de vendas. Inicialmente trabalhou na Uniroyal Química como assistente de vendas para aditivos para borracha; depois foi convidada a montar o departamento de Marketing junto com uma equipe especializada em desenvolvimento de produto na Camargo Soares, como coordenadora de Marketing, trabalhando desde a implantação do departamento até o lançamento dos produtos no mercado e sua viabilização.

A partir de 1994, assumiu o cargo de gerente de marketing na Itaplan Imóveis, gerenciando diversas contas do mercado imobiliário, desde o planejamento das campanhas até o pós-venda. Atualmente coordena o sistema operacional de todas as contas da Giacometti Propaganda.

♦ FINANÇAS

Mauro Batista Cruz (Diretor Financeiro)

Formado em Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie e em Ciências Contábeis pela Unitau (Universidade de Taubaté). Na área administrativa/financeira desde 1972, trabalhou em empresas como J W Thompson, CBBA Propaganda, CIN (atual Leo Burnett) e Z+G Grey (atual Grey Brasil).

Roberto Batista Nunes (Contador)

Formado em Administração de Empresas pela Faculdade de Administração e Estatísticas Paes de Barros (atualmente Faculdades Capital), e em Ciências Contábeis pelo Instituto Costa Braga. Trabalhou nas seguintes empresas: J W Thompson, CBBA Propaganda, Agnelo Pacheco Propaganda e Foot Cone Belding do Brasil Publicidade.

Everaldo Carvalho (Encarregado de Faturamento)

Sua experiência profissional vem da atuação na área financeira da agência de publicidade Adag Serviços de Publicidade, de maio de 1989 a abril de 2000.

BRASILIA-DF, 10/10/2005
Rui Costa
Secretário Executivo
Mat. 11.135-65

PROS nº 03.2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls: 1245
Doc: 370

BRASÍLIA

Rodrigo Capdeville (Diretor Institucional)

Formado em Administração e Comunicação Social/Publicidade, pela UnB. Iniciou-se em propaganda em 1983, como assistente de atendimento na Setembro/RC Propaganda, assumindo, posteriormente, a direção geral da agência em Brasília onde atendeu entre outros: Caixa Econômica Federal, o Governo do Distrito Federal, a Codevasf, o Incra, a Secretaria Especial de Ação Comunitária da Presidência da República – SEAC/PR (Programa do Leite).

Em 1985, transferiu-se para o Grupo Idéias como sócio-diretor, atuando em diversos segmentos, onde também prestou consultoria de marketing como bolsa de mercadorias e valores, turismo, representações e marketing político e comunicação a diversos clientes com interesses no Distrito Federal.

Posteriormente assumiu a Diretoria Regional da SMPB, em Brasília onde atendeu contas governamentais e de clientes privados, como Asbace – Associação Brasileira de Bancos Estaduais.

Participou de vários workshops, cursos, seminários e congressos, nacionais e internacionais, de especialização em Propaganda e Marketing Financeiro.

Na SMP&B, foi também o responsável pelo atendimento e planejamento de clientes do setor público como Caixa (87), Ministério da Saúde (89), Telebrás (94/95) e Correios (94/96).

Na iniciativa privada, desenvolveu trabalhos para o Park Shopping, Seven Boys, Berlitz, CNT – Confederação Nacional do Transporte e outros.

Em abril de 1996 deixou a SMPB para assumir a diretoria da agência curitibana Master, atendendo ao Banco do Brasil, Ministério da Saúde, Tribunal Superior Eleitoral e no apoio em Brasília aos clientes nacionais da agência.

Transferiu-se, posteriormente, para a diretoria regional em Brasília da Agnelo Pacheco Criação e Propaganda, coordenar o atendimento à conta institucional da Caixa Econômica Federal, tendo sido o responsável pelo processo que culminou com a reprogramação visual da marca da Caixa e seu conceito mercadológico. Desenvolveu ainda trabalhos para o Ministério do Planejamento (programas habitacionais e de infra-estrutura), Incra, Telebrás, Mahogany e Funcef.

Foi diretor do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e colaborador da Gazeta Mercantil. É palestrante convidado do MBA Marketing da Coppead da UFRJ.

Em 1999, volta à SMPB, atuando na conquista e atendimento da conta licitada pelo GDF, atendendo às secretarias de Cultura, Habitação, Assuntos Fundiários, Agricultura e outras, além da Terracao. No Governo Federal, participou do atendimento à conta do Ministério do Esporte e Turismo e do Ministério dos Transportes. Na iniciativa privada, desenvolveu trabalhos para o Alameda Shopping, Mark Imob/Paulo Baeta Imóveis, Construtora Pallissander e Irmãos Rodopoulos.



Brasília, 07 de Maio de 2005
Rúthier J. de Almeida
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/05
Mat. 11.135-65

Agora, em 2003, associou-se à Giacometti Propaganda, onde exerce ações de representação institucional e prospecção de novos negócios.

Marcelo Magalhães (Vice-presidente de Planejamento e Atendimento)

Vice-presidente associado de atendimento da Giacometti Propaganda, responsável pelo atendimento de clientes da filial Brasília, que atende parte da conta dos Correios, acumula outros cargos como: presidente do ILAT (Instituto de Logística e Aprendizado do Transporte), diretor da Sociedade Amigos do Museu da Casa Brasileira e diretor da Fundação Bienal de São Paulo.

Como sócio da Comunicação MM (79/99), atendeu, entre outras, às contas: Citibank; FIESP, Gradiente, jornal O Estado de São Paulo, TV Globo (afiliadas), Ministério da Saúde, Ministério da Educação; governos estaduais de São Paulo, Piauí e Maranhão. Entre os cargos anteriormente ocupados, destacam-se: diretor da ADVB; diretor da ABAP; secretário do Centro Acadêmico João Mendes Jr, da Faculdade de Direito da Universidade Mackenzie.

Carlos das Neves Grillo - Redator

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UnB. Clientes Atendidos: Americel (Região 7), Telesp Celular, TCO (DF), SEBRAE, Valor Econômico, Correio Braziliense, Gazeta Mercantil e Jornal de Brasília. Revistas República e Bravo. Costa do Sauípe, Estrela, CAIXA, Morumbi Shopping, Conjunto Nacional, Deca, Ajinomoto, House Garden, Planeta Imóvel e Cidade Internet entre outros.

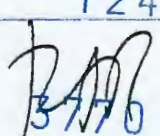
Agências: DQV (Brasília), Mr.Brain/Master (Brasília), age. (São Paulo), DPZ (São Paulo), DM9DDB (Brasília) e FischerAmerica SetteGraal (Brasília);

Outros: Professor Universitário da Unip (Universidade Paulista) e do IESB (Instituto de Ensino Superior de Brasília), nas disciplinas de Redação Publicitária, Produção de RTVC, Criatividade e Planejamento.

Pedro Paulo Rosa Moreira Batista (Diretor de Arte)

Graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Universidade de Brasília (UnB) em 2001. Atuou em agências como Propeg-DF, RBM propaganda e Agnelo Pacheco-DF antes de integrar a equipe da SMPB. Atendeu clientes como Drogarias Vison, Setemares (moda jovem), Supermercados Big Box, TBA informática, TCO Celular e Correio Braziliense. Ainda estudante, foi selecionado pelo 2º Caça-Talento, concurso realizado pelo Clube de Criação de Brasília. Também recebeu o ouro no X Prêmio Central de Outdoor e prata no XII. Atua na SMPB desde Janeiro de 2002.

Brasília-DF, Em
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

RQS nº 03/2003 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls: 1247
Doc: 

Bruno Geiger (Redator)

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Brasília em 2002.

Sempre atuou na área de Criação como redator.

Foi Redator Júnior de dezembro de 2000 a julho de 2001 da Publicis D&M, trabalhando com os clientes: Correio Braziliense, ELETRONORTE, Ministério das Comunicações, Volkswagen (Regional), GDF, Mais TV e Taguatinga Shopping.

Foi Redator Júnior de julho de 2001 a julho de 2002 da Atual Propaganda, trabalhando com os clientes: TCO e NBT, Gazeta Mercantil (Brasília), Faculdade Euro-Americana.

Foi Redator Júnior de agosto de 2002 a setembro na Comunicata, trabalhando com os clientes: PPS (Brasília), Marvin American Burger, Via Sexy, Colégio e Faculdade Projeção, Hotel Meliá (Brasília), Shopping Liberty Mall e Construtora CONBRAL.

Claudiney Tejo Sampaio (Operador)

Especializado em Serigrafia, Fotolito, Diagramação, e Desktop Publishing. Iniciou sua carreira profissional em 1984. Atuou em empresas como: Fórmula Planejamento, Ancona Lopez Publicidade, Steel Company, Datawill Artes Gráficas, Mack Color, Asterisco Artes Gráficas e, atualmente, na Giacometti Propaganda e Arquitetura de Marca.

Juliana Salvador Ferraz Ferreira (Produtora Gráfica)

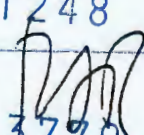
Foi contratada pela Rádio Transamérica de Brasília em 1995, onde desempenhou as funções de estagiária, produtora executiva e coordenadora de promoções até 1997. Formada em Publicidade e Propaganda pelo Centro de Ensino Unificado de Brasília - CEUB em 1999, foi admitida na SMPB Comunicação como secretária. Desde então, desenvolveu diversos trabalhos para os clientes TERRACAP, SECOM/DF, Pier 21 e Clientcard, atuando nas áreas de mídia, tráfego, faturamento, RTV e produção gráfica. Atualmente, desempenha o papel de produtora gráfica na SMPB Giacometti, atendendo à Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT e à Companhia Imobiliária de Brasília- Terracap.

EMANUEL RICARDO VÉRAS FARIAS – Gerente de Mídia

Profissional de mídia desde 1984, quando iniciou sua carreira na MPM Propaganda. Atuou nas agências Propeg Comunicação, D&M Comunicação, Central de Mídia dos Correios e atualmente gerencia o departamento de Mídia da SMPB/Propaganda/Giacometti.

Atividades Desenvolvidas: Planejamento de Mídia, negociações comerciais, reserva de espaços comerciais, atendimento à veículos de comunicação, controle de

Brasília-DF Em
Ruben Jacques Sampaio
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

CPMI CORREIOS
1248
Fls: 
3790
Doc:

verba, controle de materiais, emissão de autorizações e outras atividades que envolvam a comunicação do cliente.

Clientes Atendidos: Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, Telebrás, TBO Consultoria, GDF, Telebrasil, Autolatina, Taguauto, Brasal, Aguiar de Vasconcelos, Giraffas, Cimfel, Fundação Luiz Estevão, Correio Brasileiro, TV Brasília, Caixa Econômica Federal, Conjunto Nacional, Orca Veículos, Lojas Mariana, Paulo Octávio, Pneus Brasil e outros.

Participou de alguns cursos de aperfeiçoamento na área de mídia e planejamento e cursou Administração em Marketing e Criação Publicitária pela União de Ensino de Brasília – UNEB

Sílvia de Oliveira Pizzini (Diretora de Contas)

Formada em Comunicação Social- Publicidade e Propaganda pelo CEUB (Centro de Ensino Universitário de Brasília) e com pós-graduação em Marketing pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Atuou em agências, atendendo clientes como: Z+G Grey – Pão de Açúcar; Alô Comunicação – GDF; Giovanni FCB – GDF; Jimenez e Associados Propaganda – GDF (Secretarias de Saúde, Educação, Transporte e Meio Ambiente; Metrô, BRB e Administrações Regionais do Lago Sul e Lago Norte).

Brasília-DF Em 01/10/03
Kathier Jacques
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

giacometti

Propaganda Arquitetura de Marca

Folha: 2125
Processo: 770/01
Rubrica: *[assinatura]*
Matricula: 1560142

Folha de Encerramento

São Paulo, 30 de abril de 2003.

[assinatura]
Dennis Aurélio Giacometti - RG nº 3.983.688 SSP/SP
Sócio-gerente

Atenção: o presente documento por
ser reprodução fiel do original que
me foi apresentado.
Brasília-DF Em 11/05/03
Ruth Jacquet Sanfilippo
Secretária Executiva
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS

1250

3770

smpb

COMUNICAÇÃO

Novo site em construção.

Para falar com a agência, ligue (31) 3247 6600.

Ou clique aqui

SECRETARIA DE COM. P. S.
AUTENTICAÇÃO

Autentica o presente documento
por ser reprodução fiel do que me
foi apresentado via INTERNET.

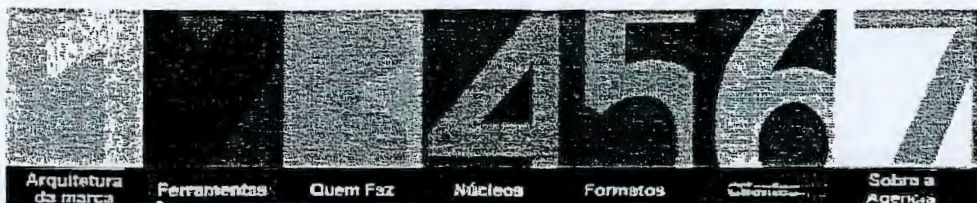
Brasília-DF, 01/10/03

Secretário Executivo
do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65,

RCS nº 03.15.00
C. 1 - CORREIOS

Fls: 1251
33700

Doc:

Giacometti
Propaganda Arquitetura de MarcaArquitetura
da marca

Ferramentas

Quem Faz

Núcleos

Formatos

Técnicas

Sobre a
Agência

Folha: 2127

Processo: 770/01

Rubrica:

Matricula: 1560142

Informe seus dados e envie uma mensagem para
nós. Sua opinião é muito importante.

nome

empresa

cargo

e-mail

sua mensagem

Brasília-DF 01/11/03
Ruiter Jacques Sanfilippo
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

quero trabalhar na Giacometti. envie seu curriculum

quero receber o boletim Giacometti Propaganda

Rua Estados Unidos, 1765
01427-002 - São Paulo - SP
Tel.: (11) 3064-0051SBN - Quadra 1 - Bloco B
Ed. CNC - 2º andar - Conj. 202
70040-010 - Brasília - DF
Tel.: (61) 328-0423ARC n 03/2005
CPMI - CORREIOS
Fls: 1252
Doc: 3770

giacometti

Propaganda Arquitetura de Marca

Arquitetura
da marca

Ferramentas

Quem Faz

Núcleos

Formatos

Clientes

Sobre a
Agência

Distrito Federal - Atendimento

Marcelo Magalhães (Diretor de Contas)



- Obrigações do Atendimento
- Dennis Giacometti
- Hiran Castello Branco
- Conheça a Equipe

SÃO PAULO

DISTRITO FEDERAL

Folha: 2128

Processo: 470/01

Rubrica: [assinatura]

Matrícula: 156942

Vice-presidente associado de atendimento da Giacometti responsável pelo atendimento de clientes da filial Brasil parte da conta dos Correios, acumula outros cargos com ILAT (Instituto de Logística e Aprendizado do Transporte), Sociedade Amigos do Museu da Casa Brasileira e diretor da Bienal de São Paulo. Como sócio da Comunicação MM entre outras, às contas: Citibank, FIESP, Gradiente, Jor São Paulo, TV Globo (afiliadas), Ministério da Saúde, M Educação; governos estaduais de São Paulo, Piauí e M cargos anteriormente ocupados, destacam-se: diretor da ABAP; secretário do Centro Acadêmico João Mendes J Direito da Universidade Mackenzie.

Sílvia de Oliveira Pizzini (Diretora de Contas)

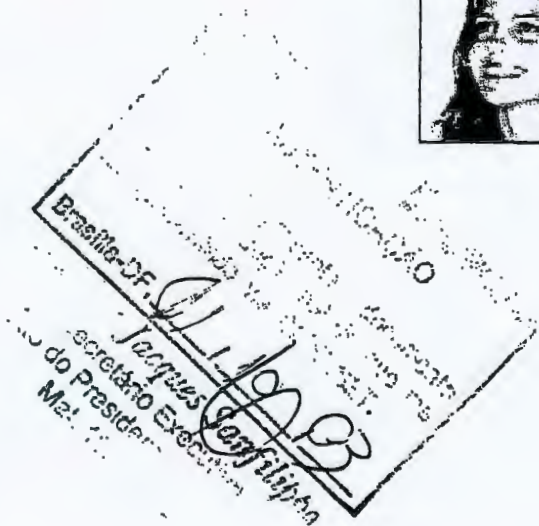


Formada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Centro de Ensino Universitário de Brasília) e com pós-graduação em Marketing pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Atuou em agências, atendendo clientes como: Z+G Gre Alô Comunicação - GDF; Giovanni FCB - GDF; Jimenez Propaganda - GDF (Secretarias de Saúde, Educação, Trabalho e Ambiente; Metrô, BRB e Administrações Regionais do L Norte).

Valéria do Rêgo Monteiro Pereira Vieira (Planejadora e Coordenadora)



Formada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Centro de Ensino Universitário de Brasília), tem atuado em operação e controle de mídia. Antes de integrar a Giacometti de Brasília, esteve na Caixa Econômica Federal, Propaganda Mídia do Banco do Brasil.



Fernando Nonato Ferraz (Operador)



Sua carreira profissional começou em São Paulo, no Be onde sai para integrar a Agnelo Pacheco Criação e Proj pouco tempo, se transfere para a mesma agência em B fase, trabalhou para clientes como Caixa Econômica Fe Centro-Oeste, entre outros.

Folha: 2129
Processo: 770/01
Rubrica:
Matricula: 156942

AUTENTICAÇÃO
Atestado de presença documento
fotografado e reproduzido via INTERNET.
Brasília-DF, 01/10/03
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-55
Itamar Augusto da Silva

RDS nº 03.2005-2V -
CPMI - CORREIOS
Fls: 1254
3770
Doc:

smpb

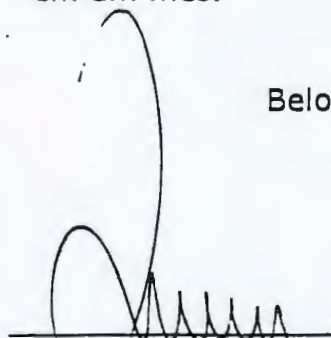
CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2131
Processo: 780/01
Rubrica: 
Matricula: 1560142

formadores de opinião, apresentar a funcionalidade da segmentação e de agregador de veracidade à comunicação².

- **Produção Gráfica:** os custos referem-se à produção de fotos, anúncios/jornal, anúncios/revista, busdoors, outdoors, cartazes (500) e abrigos de ônibus, material suficiente para trabalhar durante o período pré-determinado. Para apoiar a proposta de não mídia, foram sugeridos bonés, buttons, bolas e cartilhas, para atender o volume de alunos que, prevemos, participarão do primeiro mês do "Programa Câmara Aberta".
- **Produção Eletrônica:** refere-se à produção de um comercial de 90" e a seis de 15" desmembrados do maior.
- **Internet:** desenvolvimento e implantação de hotsite para trabalho especial de conteúdo educacional.
- **Eventos/Promoção:** foram previstos transporte, monitores, uniformes para monitores e lanches para todos os alunos que visitarão a Câmara. Utilizamos o seguinte parâmetro: dois dias de eventos por semana, com três turmas de 40 alunos por dia, totalizando 960 alunos em um mês.

Belo Horizonte, 05 de maio de 2003.

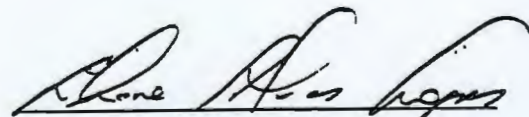


Cristiano de Mello Paz

Representante Legal

SMP&B Comunicação Ltda.

Autenticado e Apresentado documento por
sua reprodução fiel do original
me foi apresentada
Brasília-DF Em 05/05/2003
para maiores detalhes, vide Plano de Mídia.
Paulo Jacques Sanfilippo
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56103
Mat. 11.135-65



Eliane Alves Lopes

Representante Legal

SMP&B Comunicação Ltda.

DIRETORIA EXECUTIVA
05 DIRETORES EXECUTIVOS

CRISTIANO DE MELLO PAZ
Presidente



Formado em Engenharia Elétrica pela PUC de Minas Gerais, fez diversos cursos de especialização em Propaganda e Marketing. Iniciou sua carreira publicitária como diretor de arte na Standard, Ogilvy & Mather. Com a criação da SMP&B, em 1984 assumiu a presidência da agência,

supervisionando pessoalmente as áreas de atendimento e criação. Possui diversificada experiência profissional, com diversos cursos de desenvolvimento e um currículo que inclui importantes premiações nacionais e internacionais da propaganda. Participa da Diretoria da Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP), capítulo Minas Gerais. É membro da Comissão de Assuntos Municipais da Federação das Indústrias e Centro das Indústrias de Minas Gerais desde 1989. Atualmente ocupa o cargo de Diretor de Comunicação da Sociedade Mineira de Engenheiros - SME.

RAMON HOLLERBACH CARDOSO
Vice-Presidente de Desenvolvimento

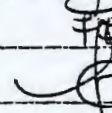
Formado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Fez curso de especialização em Marketing, nível de pós-graduação, na Fundação Dom Cabral. Participou de diversos congressos ligados a comunicação e marketing.



smpb COMUNIC
 BR
 FLS 1.257
 SBN - QUADRA 1 - BLOCO 1 LOTE 24 - VALS 201 - E
 CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-0424
 RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7.º ANDAR
 CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6608 - FAX (31) 3247-6609
 Doc: 377
 WWW.SMPB.COM.BR

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 3133
Processo: 180/01
Rubrica: 
Matricula: 1560142

Acumula experiência em comunicação e marketing na administração pública e na iniciativa privada.

Foi assessor de Comunicação e Divulgação do Palácio das Artes; diretor de Cultura e Turismo, diretor de Operações e um dos responsáveis pela implantação da Belotur; Gerente Comercial da Gazeta Mercantil, quando da abertura da sucursal em Minas Gerais.

Exerceu, também, o cargo de Gerente Comercial e de Marketing da TV Alterosa/Rádio Guarani, dos Diários Associados. Foi gerente de Marketing do Grupo Incafé/Café Brasil e do Café Minas Rio.

MARCOS VALÉRIO FERNANDES DE SOUZA

Vice-Presidente de Administração e Finanças

Engenheiro mecânico graduado pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, especializou-se na área de Finanças.

Trabalhou no Bemge durante 20 anos, em diversos projetos e áreas do setor financeiro, como prospecção de clientes e gerenciamento de aplicações, captação de recursos e análise de crédito. Exerceu o cargo de conselheiro fiscal do banco.

Foi diretor financeiro da Agrimisa Financeira, quando da privatização do Sistema Financeiro Agrimisa. Prestou serviços de assessoria financeira de alto nível para várias empresas.

Exerceu o cargo de superintendente internacional do Banco Central, durante um ano e oito meses. É vice-presidente de Administração e Finanças da SMP&B.

MARCUS VINÍCIUS RIBEIRO

Diretor de Negócios

Graduado em 1988 pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais em Publicidade e Propaganda.

Iniciou sua carreira profissional em 1981, na Artevenda Assessoria de Comunicação e Propaganda como arte-finalista. Atuou também, em seguida, como Tráfego, passando a Produtor Gráfico e Atendimento.

Em 1982, cursou Artes Gráficas na Gráfica Laser, em São Paulo.



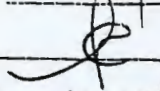
IDENTIFICADO
em 11/03/2003
por representante do
Instituto de
Identificação de
São Paulo
Assessoria de
Identificação
Secretaria de
Identificação
Mat. 11.135-65

73

smpb COMUNICAÇÃO
BRASIL
SEN - QUADRA 1 - BLOCO B - COT. 24 - LANC. 20 - ED. CI
CEP 70040-070 - TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-0403
RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7.º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 FAX (31) 3247-6661
Doc: 3770

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2134
Processo: 770/01
Rubrica: 
Matrícula: 1560142

Fundou a Artevenda Promoções, atuando na área de shows musicais.

Foi Gerente de Atendimento e Novos Negócios da Insight Propaganda, atuando na área de Prospecção e atendendo contas como Cera Ingleza, Fábrica de Balas São João, Drogaria Silva, Macarrão Santa Amália, Isnard Calçados e Tênis Zagga.

Assumiu, em 1992, a Gerência de Contas e Prospecção da DNA Propaganda, coordenando e atendendo uma carteira de treze clientes.

Fundou a Feeling Propaganda em 1995. Ganhou, frente à Feeling, o Prêmio Colunistas de Melhor Campanha para o cliente Jornal Hoje Em Dia, Classificados Inteligentes, em 1998.

Em fevereiro do ano de 2000, assumiu a Diretoria de Atendimento e Desenvolvimento da SMP&B Comunicação, em decorrência da incorporação da Feeling pela mesma.

A partir de maio de 2001, passou a ocupar a Diretoria de Novos Negócios da SMPB.



SIMONE REIS LOBO DE VASCONCELOS

Diretora de Administração e Finanças

Formada em Administração de Empresas na Universidade Federal de Minas Gerais em 1983.

Ocupou, de 1984 a 1998, a Superintendência de Cargos e Salários e Recursos Humanos da Secretaria do Estado de Recursos Humanos e Administrativo, do Governo do

Estado de Minas Gerais.

Em 1999 assumiu a Diretoria Administrativa e Financeira da SMPB Comunicação, sendo responsável por toda a área financeira e administrativa do grupo.

AVISO: O presente documento por ser reprodução fiel do original não foi autenticado.
Rui de Fátima
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

ARS nº 03.2005-0V
CPMI - CORREIOS
smpb COMUNICAÇÃO
Fls: 1259
RUA INCONFIDENTES, 100 - P. 8º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6600
WWW.SMPB.COM.BR

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2135
Processo: 5200
Rubrica:
Matricula: 1560142

ESTUDO, PLANEJAMENTO E PESQUISA **01 GERENTE**

CYNTHIA GAMBOGI MASSOTE
Gerente de Planejamento

Graduada em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais em 1994 e pós-graduada em Gestão Estratégica de Marketing pela mesma instituição em 1996.
Possui experiência como cliente e agência de publicidade, trabalhando com Planejamento Estratégico e de Comunicação, Desenvolvimento de Canais de Distribuição e Produtos. Iniciou sua carreira na SMP&B Propaganda em 1993. Como planejadora atuou em empresas privadas como a Telemig Celular (líder em comunicação móvel no estado de Minas Gerais) e em agências de publicidade como a Giovanni,FCB. Nesta última agência, trabalhou a comunicação de marcas de produtos de consumo, serviços e varejo, como TIM, Sendas, SC Johnson (Optimum, Raid, Gleid etc.), Kraft Foods (Royal, Maguary, Club Social etc.), CCAA e O Globo, entre outras, e de instituições como ActionAid, ACNUR (Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados), Ministério da Saúde, Sebrae, Banco Central e Conselho Federal de Medicina.

CRIAÇÃO
01 DIRETOR
05 REDATORES
08 DIRETORES DE ARTE



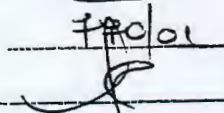
AUGUSTO COELHO
Diretor de Criação

Formado em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, em 1991.
Como redator e Diretor de Criação atendeu a clientes como: Nestlé, GM do Brasil, Heineken, Quaker,

RQS nº 03 2005 CN
CPMI - CORREIOS
smpb COMUNICAÇÃO BRASIL
Fls. 1260
BRASIL
RUA INCONFIDENCIAL, 1190 - 7.º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3242-6000 - FAX (31) 3247-6001
WWW.SMPB.COM.BR
Doc: 3270

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2136
Processo: 780/01
Rubrica: 
Matricula: 1560142

Kolynos, Alcan, Citroën do Brasil, Jaguar British Cars, Banco Nacional, Prefeitura de Belo Horizonte, Companhia Elétrica de Minas Gerais, Governo do Estado de Minas Gerais, Governo do Distrito Federal, McDonalds, O Boticário, Rede Autorizada Volkswagen e Telecom Italia Mobile - TIM, entre outros.

Foi premiado em diversos festivais de propaganda, como: FIAP, Festival Internacional de Gramado, Profissionais do Ano da Rede Globo, Prêmio Abril de Publicidade, Prêmio Colunistas e Clube de Criação de São Paulo. Em 2001, foi eleito o Diretor de Criação do Ano no Festival do Anuário do Clube de Criação de Minas Gerais.

RENE BIONOR

Diretor de Arte

Atua em publicidade desde 1990, tendo sua formação técnica profissional na própria SMPB.

Iniciou sua atuação na agência como office-boy, assumindo, após 3 anos, o cargo de arte-finalista.

Desde 1998, atua como Diretor de Arte, criando trabalhos para clientes como o Banco Rural, Líder Táxi Aéreo, BH Shopping, Usiminas, entre diversos outros.



MARLOS AGNALDO

Diretor de Arte

Começou a trabalhar na área de artes gráficas em 1987 como arte-finalista com passagem no Jornal Hoje em Dia, Implement Assessoria e Negócios (Assessoria de Imprensa) e Compôr Pré-Impressão.

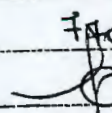
Neste período realizou vários cursos técnicos de impressão gráfica, editoração (Desktop Publishing) e



Prêmio-DF Em. 
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2137
Processo: 740/01
Rubrica: 
Matricula: 1560142

design gráfico, além de vários seminários na área.

Em 1994 entrou na Publicidade na agência ASA Comunicação como arte-finalista, onde atuou durante 3 anos, trabalhando com clientes como New Holland, Belgo-Mineira e Governo do Estado de Minas Gerais.

Em 1997 foi contratado pela SMPB Comunicação como arte-finalista e assumiu, após 2 anos o cargo de chefe de estúdio. Atualmente exerce o cargo de Diretor de Arte, trabalhando com contas como Ricardo Eletro, Ford, Líder Taxi Aéreo, Usiminas e outros.

FELIPE LEITE

Diretor de Arte

Trabalhou como fotógrafo freelancer de 96 a 99 para agências de propaganda e para a Prefeitura de Belo Horizonte. Participou de um curso de fotografia com os fotógrafos Wilson Avelar (Jornal Estado de Minas) e David Aguillar. Trabalha como diretor de arte desde de 1999, tendo sua formação profissional na Contexto Propaganda e SMPB Comunicação.

Principais prêmios: Finalista do New York Festivals 2001 e 2002, Medalha de Ouro no Festival Internacional do Rio de Janeiro 2001(ABP), Grand Prix no anuário do Clube de Criação de Minas Gerais 2002, 2 Medalhas de Ouro no anuário do Clube de Criação de Minas Gerais 2001, finalista no prêmio Apple de Criatividade 2001. Na SMPB realizou trabalhos para os seguintes clientes: Ministério do Esporte e Turismo, BH Shopping, Banco Rural, Usiminas, Líder Táxi Aéreo, Prefeituras de Betim e Contagem, Way TV, Cedro, Sistema de Ensino Pitágoras, entre outras.



MARCUS TADEU RODRIGUES

Diretor de Arte

Formado pela Escola Guignard de Artes Plásticas em Belo Horizonte, com especialização em Pintura. Atua na área de comunicação desde 1987, iniciando sua carreira na SMP&B.

apresenta este documento por
Brasil - DF - Em
Ruihner Jacques
Secretário Executivo
Ata do Presidente nº 56103
Mat. 11.135-65

77

Q.S. nº 03 7005 - CV -
CPMI - CORREIOS
smpb COMUNICAÇÃO
BRASIL
SEN - QUADRA 1 - BLOCO N.º 1072 24 - SALA 201 - ED. C
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-01
BRASIL HORIZON
UMA INCONFIDENTES. 1190 7.º E 8.º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6000 - FAX (31) 3247-60
Doc: 6770 www.smpb.com.br

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2138
Processo: 770/01
Rubrica: 
Matricula: 1560142

Atendeu clientes como: BH Shopping, DiamondMall, Cedro Cachoeira, Arezzo, Art Man, Raf Superstore, Governo de Minas Gerais, Líder Taxi Aéreo, Usiminas, Ford - Distrito Minas Gerais, entre outros.

RICARDO CARVALHO

Diretor de Arte

Bacharel em
Comunicação
Visual pela FUMA
- Fundação
Universidade
Mineira de Arte,
atual UEMG -
Escola de Design,
graduado em
1982. Chegou a
cursar dois anos
de Belas Artes na
Escola Guignard.



Atua em agências de publicidade desde 1979. Trabalho como Diretor de Arte até 1992 em agências como a Setembro Propaganda e a Nascente Comunicação Visual. Neste período estive na SMP&B Comunicação pela primeira vez. No ano de 1993 atuei na SMPB Comunicação como Diretor de Criação. Neste período atendi a clientes como a Usiminas, a Açominas, a Klabin Papéis e Celulose e ao Governo do Estado de Minas Gerais.

Fundou e dirigiu a Criação da Sofia Propaganda, de 1993 a 2002. Neste período, atendi clientes como Arezzo, Nutrir Produtos Alimentícios, Carrefour, General Motors, Ford, COMAPPS - Rede Administradora de Shopping Centers, Minas Shopping, Ponteio Lar Shopping, Jornal Estado de Minas - Divisão Novas Mídias, Rádio Guarani FM, entre outros clientes de Belo Horizonte e Brasília.

STHEFAN KO

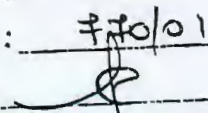
Diretor de Arte

Estudante do curso de Publicidade e Propaganda no Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH.

Brasília-DF Em 11/10/2003
Ruth Jacquet
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2139
Processo: 770/01
Rubrica: 
Matricula: 1360142



Atua na área de Publicidade desde 1999, tendo sua formação técnica profissional na própria SMPB Comunicação, onde estagiou durante 2 anos, sendo contratado, posteriormente, como Diretor de Arte no início do ano de 2001. Já trabalhou com diversos clientes, tanto da iniciativa privada quanto da pública.

Os principais clientes atendidos foram: Telemig Celular, Banco Rural, Usiminas, Cedro, Ministério dos Esportes e Turismo, Prefeitura de Betim, Assembléia Legislativa de Minas Gerais, BH Shopping, Cera Ingleza, Ford (regional Minas), Jornal Hoje em Dia e Líder Táxi Aéreo.

FELIPE PAZ

Redator júnior

Estudante do 7º período de Publicidade e Propaganda no UNI-BH - Centro Universitário de Belo Horizonte.

Desde 2001 vem atuando como estagiário na SMPB, onde passou por todos os departamentos da agência. Atualmente atua somente como estagiário de redator no departamento de criação.



FLÁVIO FARIA

Redator

Formado em Comunicação Social - habilitação Publicidade e Propaganda - pela UFMG em 1999.

Começou como redator júnior na própria SMPB, em junho de 2000. Atua como redator há dois



Brasão de Armas do Brasil
Ruthier Jacques
Secretário Executivo
do Presidente
Mat. 11.135-65

BRASIL 03/005 - CN
CPMI - CORREIOS
Nº: 1264

smpb COMUNICAÇÃO

BRASILIA
BRN - QUADRA 1 - BLOCO 1 LOTE 24 - VILA 01 - ED. INC
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0422 FAX (61) 328-0319

BELO HORIZONTE

RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7º E 8º ANDARES
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6606

WWW.SMPB.COM.BR

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2140
Processo: 770/01
Rubrica:
Matricula: 1560142

Nesse período, foi premiado com o Grand Prix no anuário do Clube de Criação de Minas Gerais e Medalha de Bronze no Festival Internacional de Publicidade do Rio de Janeiro.

Trabalhou com diversos clientes públicos e privados, dentre os quais se destacam: Telemig Celular Empresas, Usiminas, Líder Táxi Aéreo, BH Shopping, Prefeituras de Contagem e Betim, Ford (regional MG), Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais, Cedro, Banco Rural, Ministério do Esporte e Turismo, Ricardo Eletro, Way TV, entre outros.

FLÁVIA RENNÓ

Redatora

Formada em Comunicação Social - habilitação Publicidade e Propaganda - pelo Centro Universitário de Belo Horizonte.



Sua carreira teve início como redatora júnior na NewCommBates- BH em 1999. Em março de 2000 juntou-se à equipe da SMPB. Nesse período, foi premiada no Prêmio Folha/Revista da Criação e recebeu medalha de prata no Clube de Criação de Minas Gerais.

Trabalhou com diversos clientes públicos e privados, dentre os quais se destacam: Telemig Celular Empresas, Usiminas, Líder Táxi Aéreo, BH Shopping, Prefeitura de Betim, Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais, Banco Rural, Ministério do Esporte, Way TV.

MÁRCIA LIMA

Redatora

Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais, com habilitação em Publicidade e Propaganda.



Atestado de habilitação
emitido em 11/11/2003
por
Ruiher Jacques
Secretário Executivo
do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

80

SMPB COMUNICAÇÃO
BRASILIA
SBN - QUADRA 1 - BLOCO B - LOTE 24 - SAIA NOROCCIDENTAL - ED. CNO
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0425 - FAX (61) 328-0319
RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7º E 8º ANDARES
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6600
WWW.SMPB.COM.BR

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2141
Processo: 720/07
Rubrica: [assinatura]
Matricula: 1560142

Iniciou sua carreira em 1993, como redatora-júnior da Etc. Comunicação. Trabalhou ainda na redação das agências Casa de Criação e CasaBlanca, atendendo clientes como INCRA, DNER, Belotur, Centro CAPE, Fundação Zoobotânica, Shopping Cidade e várias prefeituras mineiras. Há quatro anos na SMPB, trabalha na criação de campanhas para toda a carteira de clientes da agência.

MARCOS DUARTE CAMARGOS

Redator

Graduado em Comunicação Social pela PUC - MG, iniciou sua carreira na Artplan (Rio de Janeiro), JMM Publicidade e Setembro Propaganda. É a segunda vez que trabalha na SMP&B.



Foi eleito Profissional de Criação do Ano pela Associação Mineira de Propaganda. Conta atualmente com mais de 60 medalhas do Prêmio Colunista Nacional e Regional. Foi o redator mais premiado na Região Sudeste, no Prêmio

Colunista 86. Tem vários anúncios publicados no Anuário Clube de Criação de São Paulo. E por três vezes foi finalista no Profissional do Ano da Rede Globo.

Em 1990, recebeu um dos maiores prêmios da propaganda mundial. A medalha de ouro, única ganha pelo Brasil, no Internacional Advertising Festival of New York, categoria "Fashion Apparel", para o cliente Cedro e Cachoeira.

Criou para alguns dos maiores clientes mineiros e nacionais: Governo do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Receita Federal, Seagram's, Skol, Natan Jóias, Grendene, Telerj, Cedro Cachoeira, Arezzo, Pitágoras, Bemge, Mendes Júnior, Copasa MG, Fiorucci, Prefeitura de Belo Horizonte, Grupo Mineiro de Moda, Minas Shopping, Som - Maior, Construtora Castor, Complex, Precon e muitos outros.

Brasília-DF Em 11/03/03
Ruiher Jacques Santiago
Secretário Executivo
Mat. 11.135-65

Fis: 1266

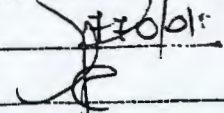
3770

Doc: smpb comunicação

RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7º E 8º ANDAR
CEP 30140-010 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6600

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2142
Processo: 11601
Rubrica: 
Matricula: 1560142

CLÁUDIO EMILIANO DO AMARAL LEITE

Redator



Formado em 1995 pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília/UNB, com especialização em Publicidade e Propaganda, atua desde 1994 como redator.

No mercado de Brasília, trabalhou nas agências DQV Propaganda, Agnelo Pacheco, Giacometti & Associados e SMPB Comunicação, tendo

desenvolvido trabalhos para clientes regionais e nacionais, como: Caixa Econômica Federal, Correios, Governo do Distrito Federal, TCO - TeleCentro Oeste Celular, Detran/DF, Jornal Correio Braziliense, Pier 21, INMET - Instituto Nacional de Meteorologia, Clube de Criação de Brasília, SBT Brasília e Grupo TBA.

Ao longo dos anos, acumulou diversos prêmios no mercado de Brasília, tendo se destacado com a medalha de ouro no II Anuário do Clube de Criação de Brasília, do qual é um dos fundadores.

MATEUS BRAGA

Diretor de Arte

Formado em Design Gráfico pelo Instituto de Design Internacional da Univesidade de Rochester, Inglaterra.

Iniciou suas atividades profissionais como Assistente de Arte na Ampla, em 1992 a 1993; já como Diretor de Arte transferiu-se para D&M, em 1994 a 1997; passou pela Atual, em 1998 a 1999; esteve também na DNA de 1999 a 2002.

Está na SMPB desde agosto desse ano. Os principais clientes atendidos foram: INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social), Banco do Brasil, Eletronorte, Sebrae-DF, Correio Braziliense, Amerigel, Ministério do Trabalho, Ministério da Educação,



ma foi apresentado.
Brasil-DF Em
Secretário Executivo
do Presidente nº 56103
Mat. 11.135-65

Fis: 1267

smpb COMUNICAÇÃO BRASIL

BRN - QUADRA 1 - BLOCO B - LOTE 24 - ALA 20 - ED. C
CEP 70040-010 - TEL. (61) 3247-0420 - FAX (61) 328-03

RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7º E 8º ANDAR

CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6600

WWW.SMPB.COM.A

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2143
Processo: 15601
Rubrica: *[assinatura]*
Matrícula: 1560142

Ministério da Justiça, Governo do Distrito Federal, TCO (Tele Centro Oeste Celular), Tele Centro sul entre outros.

FERNANDO NONATO FERRAZ

Diretor de Arte Júnior

Formado em Computação Gráfica pela escola Panamericana de Artes de São Paulo e cursando a Faculdade de Publicidade e Propaganda no IESB - Instituto de Educação Superior de Brasília.

Iniciou seus trabalhos em publicidade em 1998. Trabalhou em agências



de São Paulo, como Mais Comunicação Integrada e Agnelo Pacheco.

Em Brasília, passou a atuar na SMPB Comunicação. Durante esse período, desenvolveu trabalhos para clientes como: Caixa Econômica Federal, Empresa

Brasileira de Correios e Telégrafos, TCO - Tele Centro Oeste Celular, Playcenter, O Boticário, Governo do Distrito Federal, Correio Braziliense, Mash/Hope e Terracap.

MÍDIA

01 GERENTE

CLÁUDIA LULA

Diretora

Bacharel em Comunicação pela Universidade Católica do Estado de Minas Gerais, com vários cursos e atualização em Propaganda/Mídia, Internet e Informática aplicada à Mídia.

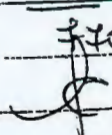
Atua em mídia desde 1990, tendo sua formação técnica profissional na RC Comunicação, onde atuou durante 9 anos, exercendo vários cargos dentro do departamento, onde começou como assistente e assumiu depois de 2 anos o cargo de Gerente de Mídia.

Em sua passagem pela RC Comunicação atendeu diversos clientes, tanto da iniciativa privada quanto contas de governo. As principais contas em que atuou foram: Caixa Econômica Federal, Confederação Nacional dos

Autenticado
ser replicado
mo foi apresentado
Brasília-DF
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56103
Mat. 11.135-85

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2144
Processo: 330/01
Rubrica: 
Matrícula: 1560142

Transportes, Governo do Estado de Minas Gerais, Loteria Mineira, Volkswagen do Brasil (regional MG), Fiemg, Telemig Celular, Guiatel/Telemar, Maxitel S/A, dentre outros.

Atualmente, na SMP&B Comunicação, além de supervisionar o fluxo de trabalho do departamento, coordena o setor de planejamento e pesquisa de mídia.

Além de sua experiência em agência, lecionou na Universidade Católica de Minas Gerais durante o ano de 1995, na cadeira de Mídia, do 5º período de Publicidade e Propaganda.

COMUNICAÇÃO E MARKETING

01 DIRETOR

01 GERENTE

RICARDO PENNA MACHADO

Graduado em Educação Física pela Universidade Federal de Minas Gerais em 1976.

Concluiu cursos de mestrado e doutorado na Universidade de Iowa, USA, em Educação Física e Administração, respectivamente.

Foi consultor de instituições públicas e privadas, na elaboração, execução e avaliação de programas e projetos esportivos, educacionais e culturais.

Gerenciou o Marketing e a Comunicação do Minas Tênis Clube (Belo Horizonte-MG) no período de 1997 a 2000.

Foi coordenador de projetos no Instituto de Formação Empresarial de Belo Horizonte.

Sócio-diretor da CONSPORT, presidente da Associação Brasileira de Qualidade de Vida/ Regional Minas Gerais.

É vice-diretor da Faculdade Promove, de Belo Horizonte, desde junho de 1999.

A partir de abril de 2000 passou a ocupar a diretoria da MultiAction Entretenimentos, empresa do setor de promoção e eventos.

Autenticado pelo
seu reprodução fiel de
me foi apresentado.
Brasília-DF Em, 11/03/03
Ruiher Jacarés
Secretário Executivo
do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65

RQS nº 03/2005
CPMI - CORREIOS

Fls: 1269
3770

Doc: smpb.comunicac

SBN - QUADRA 3 - BLOCO B - LOTAÇÃO 201 - ED. 201
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0400 - FAX (61) 328-0400
BELO HORIZONTE
RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7º E 8º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6600
WWW.SMPB.COM.BR

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2/45
Processo: 320/01
Rubrica: [assinatura]
Matricula: 1560142

RENATO VILLAMARIN

Cursou Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG). Fez pós-graduação em marketing na Fundação Getúlio Vargas.

Na MultiAction é responsável pela área de promoção, com grande experiência na realização de eventos para grandes clientes como Usiminas, BH Shopping, FORD e Pepsi.

É responsável também pela coordenação dos eventos mundiais de motociclismo como o Mundial de Motocross, o Mundial de Enduro e o Enduro da Independência, além do Iron Biker. A realização destes eventos engloba desde a negociação de patrocínios até a montagem dos eventos.

PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV E INTERNET (RTVC) 01 GERENTE

MARCUS AURÉLIO SOARES RIBEIRO Gerente de RTVC

Trabalhou como assistente de Produção - RTVC, na Asa Publicidade.

Foi o responsável pelo departamento de RTVC da WPM Publicidade.

Além disso, já havia trabalhado como cinegrafista da HG Produções, em São Paulo.

Produziu todas as Feiras Agropecuárias de 1982 a 1987 no Parque da Gameleira e a Feira da Pechincha e Ponta de Estoque, de 1987 a 1993.

Entre 1975 e 1977, trabalho na TV Record - SP/São José do Rio Preto, como chefe de cinema e, em seguida, diretor de TV.

Trabalhou também como diretor de cena, da Skema Comunicação, em Belo Horizonte.

Foi sócio-fundador das empresas Insight Comunicação e Artevenda Propaganda, tendo sido sócio na Feeling Propaganda.

Assumiu, desde 2000, a gerência de RTVC na SMPB Comunicação de Belo Horizonte.

Autenticado
ser reprodução fiel do original que
me foi apresentado.
Brasília-DF, Em 01/03/03
Rui Vitor J. dos Santos
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-55

RQS nº 03/2005 - CN
CORREIOS
Fls: 1270

3770
SMPB DE COMUNICAÇÃO
BRASIL

SBN - QUADRA 1 - BLOCO B - LOTE 11 - CASA 201 - ED. CA
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-031
BELO HORIZONTE
RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7.º E 8.º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6600
WWW.SMPB.COM.BR

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2146
Processo: 370/01
Rubrica: 
Matricula: 1500142

PRODUÇÃO GRÁFICA E DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO 01 PRODUTOR GRÁFICO

GUILHERME GONÇALVES
Gerente

Iniciou sua carreira em agências em 1983, na L&F. Trabalhou nas agências Contexto, Hoje e ABC, tendo a oportunidade de se especializar na área de produção gráfica.

Participou de diversos cursos de atualização de técnicas nas áreas de impressão e pré-impressão. Ingressou na SMP&B em 1995, sendo responsável pela coordenação da produção gráfica de todos os clientes.



OPERACÕES 01 GERENTE

MARIA DE FÁTIMA PINTO DA SILVA SÁ
Operações

Formou-se em Ciências Econômicas pela Associação de Ensino Unificado do Distrito Federal - AEUDF, em 1993.

Fez o curso de Especialização em Gestão Organizacional, na Universidade

de Brasília - UNB, e de Economia e Assuntos Internacionais pelo Objetivo.

No período de 1984 a 1987 atuou na Coordenação Geral de Orçamento e Finanças, na Divisão de Controle de Empresas Estatais e na Divisão de Normas e Fiscalização do Ministério de Minas e

CPMI Energia



posteriormente no Instituto Britânico Independente.

Na SMPB, desde 2000, atua na função de Tráfego/Operações.

Fls: 1271

3770

Autentico e fiel a ser reproduzido
me foi apresentado
Brasília-DF Em, 
Ruthier Jacques Sanyalippo
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-55

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 2147
Processo: 770/01
Rubrica: 
Matrícula: 126014

ATENDIMENTO
01 DIRETORA
01 EXECUTIVA

ELIANE CEDROLLA

Diretora de Operações e Atendimento

Cursou Comunicação Social pela Faculdade de Filosofia de Belo Horizonte - FAFI-BH.

Na SMP&B desde 1982, exerceu diversas funções nas áreas de operações, tráfego e Atendimento.

Como Gerente de Contas, já atendeu a diversos clientes do setor público



(Cemig, Telemig, COPASA, e Secretarias de Estado) e iniciativa privada, como Usiminas, Grupo BMG, Açominas, Café Minas Rio, Grupo BMG, Telemar e Telemig Celular.

De 1989 a 1991, integrou a Unidade Especial de Atendimento ao Bemge, na sede do Banco, com responsabilidade pelo atendimento e gerenciamento dos

trabalhos.

De 1991 até 2001 gerenciou o atendimento a contas como as do Banco Rural, do BH Shopping e da Cosipa.

Atualmente, acumula as funções de Diretora de Operações e Atendimento na filial da SMPB de Brasília. É a diretora responsável pelo atendimento ao Ministério do Esporte e Turismo.

VALÉRIA DO RÊGO MONTEIRO
PEREIRA VIEIRA
Executiva de contas

Autentico o presente documento por ser reprodução fiel do original, mas foi apresentado
Bela da DF Em 23/03/2003
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 56/03
Mat. 11.135-65



RQS nº 03 de 2003
CPMI - CORREIO
Fls: 1272

smpb COMUNICA
BRAS

SBN - QUADRA 1 - BLOCO B - LOTE 24 - SALA 201 - ED.
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-0

BELO HORIZO

RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7.º E 8.º ANDA
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-6

WWW.SMPB.COM

smpb

CONCORRÊNCIA N.º 006/2002
ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Folha: 3148

Processo: 770/01

Rubrica:

Matrícula: 1560142

Formada em 1995 pelo Centro Unificado de Brasília - CEUB, com especialização em Publicidade e Propaganda, atua na área de Mídia desde 1993.

Atuou em Cliente (Caixa Econômica Federal), Agência (Propeg Brasília Propaganda) e Central de Mídia (Núcleo de Mídia do Banco do Brasil).

Atuação em Planejamentos de Mídia, Negociações, Análises de propostas, coordenações de campanhas junto ao Cliente e Atendimento a Clientes.

AUTENTICAÇÃO G.L.
Autentico e apresento documento por
ser representante legal da empresa que
me foi apresentada.
Brasília-DF Em 01/09/03
Ruthier Jacques San/312003
Secretário Executivo
Ato do Presidente nº 55/03
Mat. 11.135-65

88

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS

Fis: 1273
3778

smpb COMUNICAÇÃO

BRASIL
SBN - QUADRA 1 - BLOCO B - LOTE 24 - SALA 201 - ED. C
CEP 70040-010 - TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-03
BELO HORIZONTE
RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7.º E 8.º ANDAR
CEP 30140-120 - TEL. (31) 3247-6600 - FAX (31) 3247-66
WWW.SMPB.COM.

Rio de Janeiro/RJ

Endereço: Av. das Américas, 1155 - Sala 805 - Edifício Barra
Space Center - Barra da Tijuca - RJ - Cep 22.631-000

Área: 42 m²

Belo Horizonte/MG

Endereço: Rua dos Inconfidentes, 1.190, 7º e 8º andares - Bairro
Funcionários - CEP 30.140-120.

Área: 2.600 m²

Brasília/DF

Endereço: SBN - Quadra 1 - Bloco 2 - Sala 201 - Ed. CNC - CEP
70.040-000.

Área: 600 m²

Nossas três unidades perfazem um total de 99 funcionários, distribuídos entre os seguintes departamentos: Diretoria Executiva, Departamento Financeiro, Departamento Administrativo, Criação, Mídia, Atendimento, Produção Gráfica e Eletrônica, Operações, Planejamento, Estúdio.

Recursos Materiais

Vídeo e Som

- 3 videocassetes Panasonic/Super-VHS
- Sala de multimídia equipada com sistema de Home Theater (sistema Creston de ambientação de som, luz, vídeo e tecnologia/informática, vídeo cassete Super-VHS, DVD e sistema de TV a cabo, Receiver

Brasília-DF, 11 de maio de 2002
Ato do Presidente nº 5533
Mat. 11.135-45

de colocação no mercado de trabalho. Em termos de linha de criação, foi mantido um conceito e um partido temático adequados à linguagem e códigos de recepção do segmento dos jovens, que representam a maioria dos inscritos.

A campanha foi iniciada com um *teaser* na peça gráfica Outdoor. O impacto do *teaser* reforçado com o formato vertical adotado em conjunto com o horizontal, contribuindo para associar à FUMEC o conceito de inovação.

Foram usados ainda filmes, spot, anúncio de jornal, banner na internet e blitzes nos cursinhos e colégios de 2º grau. O período de veiculação nas mídias de massa foi de 20 dias, em toda a área metropolitana de Belo Horizonte.



Resultados

Ao final do período, a meta de inscrições foi ultrapassada em 10%, um número bem superior ao ano passado, para o mesmo processo seletivo.

REFERENDO DO ANUNCIANTE

Referendamos, para fins de participação em concorrência pública, o relato dos problemas e os resultados pelo "case history" descritos.

Belo Horizonte, 28 de abril de 2003.

IDENTIFICADO CLIP
 Brella-DF Em
 Raulter J. [assinatura]
 Secretário Executivo
 Ato do Presidente nº 58/03
 Mat. 11.35-65

RDS nº 03/2005 - CN
 CPMI - CORREIOS
 Fls: 1275
 3770
 Doc: smpb.COMUNICAÇÃO

ESTRANHAS COINCIDÊNCIAS DA PROPAGANDA

Todo mundo sabe que as agências SMPB e GIACOMETTI dividem o mesmo espaço físico em Brasília já faz há algum tempo. Ambas ficam localizadas no Setor Bancário Norte, Quadra 01 Bloco B, Edifício CNC, 2º andar. Até o telefone (61) 328-0423 é o mesmo para ambas, cuja telefonista costuma atender gentilmente por "SMPB/GIACOMETTI, bom dia!". Até aí nada de errado.

Dividir o mesmo espaço físico, a mesma infra-estrutura não tem problema algum; aliás, esta tem sido uma saída bastante interessante em tempos de crise. O problema começa quando ambas resolvem participar de uma mesma licitação, de um mesmo processo, de um mesmo certame, cujo o valor envolve cerca de R\$ 9.000.000 (nove milhões).

Seria muito inocência acreditar que ambas agências estejam participando desse mesmo processo, de maneira separada ou independente. Tal fato toma-se ainda mais intrigante quando visitando o site www.giacometti.com.br percebe-se que o Diretor de Arte Mateus Braga figura no site como sendo um dos funcionários da empresa Giacometti. Ao mesmo tempo, este mesmo funcionário aparece como Diretor de Arte da empresa SMPB conforme consta na Proposta Técnica que a empresa SMPB apresentou na Concorrência 006/2002 da Câmara Legislativa. Ora, por mais genial que possa ser este Diretor de Arte, é no mínimo estranho que este trabalhe, simultaneamente para ambas as agências. Além disso, em sua Proposta Técnica, a SMPB afirma que dispõe de estrutura física de 600m². Tal metragem só é possível se somadas as áreas das salas 201 e 202, ou seja, se somada a infra-estrutura da Giacometti e SMPB.

Portanto, pode-se perceber que tanto a Giacometti como a SMPB não estão concorrendo em igualdades de condições com os demais participantes. Pelo contrário, ambas dividem o mesmo espaço, os mesmos telefones e inclusive os funcionários, o que não é permitido pelo Edital. Tais fatos comprometem seriamente a lisura do processo de Concorrência no. 006/2002 adotado pela Câmara Legislativa do Distrito Federal.

Folha:	2151
Processo:	370/01
Publica:	
Matricula:	1560142

RQS n° 03/05/01
CPMI - CORREIOS
Fls: 1276
3770
Doc:

	Coordenadoria de Comunicação Social	Folha n.º <u>2152</u>
		Processo n.º <u>770/01</u>
		Rubrica <u>[assinatura]</u>
		Matricula <u>11.632-6</u>

MEMO N.º 244/03-CEL

Brasília, 2 de Outubro de 2003

DO: Presidente da Comissão Especial de Licitação (CEL)

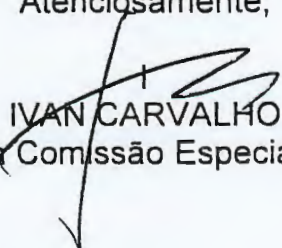
AO: Procurador Geral da CLDF

ASSUNTO: Requerimento Ordenador de Despesa/Segunda Secretaria

Senhor Procurador,

Estamos encaminhando a Vossa Senhoria, em anexo, requerimento formulado pelo Ordenador de Despesa/Segunda Secretaria, a respeito do processo 001.00770/2001, nos termos das folhas 2107/2108, que trata da licitação para a contratação de duas agências de publicidade para a Câmara Legislativa do DF.

Atenciosamente,


IVAN CARVALHO

Presidente da Comissão Especial de Licitação

CÂMARA LEGISLATIVA DO DF
PROCURADORIA - GERAL

Recebido em: 02/10/03

Nº: 17830

Assinatura: [assinatura]

Matricula: 12.378-34

RQS nº 03/2003
CPMI - CORREIO
Fls: <u>1277</u>
Doc: <u>3770</u>



Brasília - DF, 02 de outubro de 2003.

Processo nº: 001.00770/2001 (08 Volumes)

Assunto: Licitação Publicidade - Questionamento da 2ª.

Secretaria

Interessada: Comissão Especial de Licitação

DESPACHO Nº 289/03-PG

Mais uma vez retornam os autos a esta Procuradoria-Geral, por remessa da CEL, visando analisar os fatos narrados no MEMO/SE 2ª. Séc nº 140/03 (fls. 2.107/2.108).

Examino o teor do documento apresentado, não como recurso em sentido estrito, vez que já esgotou a fase recursal.

Por outro lado, a legitimidade para apresentar recurso no procedimento licitatório, é atribuída àquele que participa do certame. Não é o caso vertente.

Alega o subscritor do documento de fls. 2.107/2.108, em síntese, que de posse do texto intitulado **"CONCORRÊNCIA 006/2002 ESTRANHAS COINCIDÊNCIAS DA PROPAGANDA"**, procedeu pesquisas baseadas nas informações consignadas no texto indicado, constatando que as empresas SMB&B COMUNICAÇÃO LTDA. e GIACOMETTI &



ASSOCIADOS COMUNICAÇÕES LTDA. possuem em Brasília o mesmo endereço e telefone, apenas com sala diferente. Afirmam ainda, que os mesmos funcionários da empresa GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda., constam relacionados na proposta técnica da empresa SMP&B Comunicação Ltda. Junta os documentos de fls. 2.111 a 2.151.

Destaca-se, que com referência a empresa GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda., pelos documentos constantes nos autos, possui matriz na Rua Estados Unidos, 1765 - Jardim Paulista - SP, enquanto a empresa SMP&B Comunicação Ltda. tem como endereço principal Rua Inconfidentes, 1190, 7º e 8º andares - BELO HORIZONTE-MG.

Portanto, nesta Capital possuem as empresas mencionadas filiais, ou seja, escritórios de representação. O próprio subscritor da peça de fls. 1.207/1.208 afirma que as salas ocupadas pelas empresas são diferentes, pois a GIACOMETTI ocupa a sala 202, enquanto a SMP&B ocupa a sala 201. Desta forma, comprovado está que não ocupam o mesmo espaço físico. Quanto a existência de mesmo telefone para atender as 02 (duas) empresas, ao meu ver, não há nenhum óbice de ordem legal quanto a este aspecto.

Relativamente ao questionamento de que os mesmos funcionários da empresa GIACOMETTI & Associados Comunicações Ltda., constam relacionados na proposta técnica da empresa SMP&B Comunicação Ltda., no meu sentir não se trata de qualquer ilegalidade, pois é sabido que



nesta área os profissionais prestam serviços para diversas empresas.

Finalmente, cumpre-me lembrar, que o edital de licitação é lei entre os participantes do certame. Não podendo a Administração descumprir as normas e condições estabelecidas. Portanto fica a Administração vinculada ao edital, nos termos do artigo 41, da Lei nº 8.666/93.

No caso sob análise, não há no edital nenhum dispositivo que impeça ou proíba que empresas participantes do certame usem o mesmo telefone e ou que funcionários de uma não possam prestar serviços para outra, vez que quanto a ocupação física não é a mesma, como asseverado pela subscritor da peça de fls. 1.207/1.208.

Com estas considerações, em que pese a preocupação do Sr. Secretário Executivo/Segunda Secretaria, que é merecedora de elogio, pois demonstra preocupação com a coisa pública, entendo que os fatos apresentados não impedem de dar o devido prosseguimento ao certame em suas etapas ulteriores.

Com estas considerações, remetam-se os autos ao Secretário-Geral/Presidência, com vista a CEL, objetivando o seguimento do procedimento licitatório, enviando cópia do presente despacho à 2ª. Secretaria desta Casa.

[Handwritten signature]
Geraldo Almeida
Procurador - Geral

Enviada cópia a
2ª - Secretaria
Encomenda
08/10/03
3770
Arlecio Alex...

Mesa Diretora

Ato da Mesa Diretora

ATO DA MESA DIRETORA Nº 93 /2003

A MESA DIRETORA DA CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, no uso de suas atribuições regimentais, nos termos do art. 6º da Lei nº 1.004/96, regulamentada pelo Decreto nº 17.182/96, bem como das Decisões nº 3.395/1999 e nº 1.849/2003, ambas do TCDF, e ainda do que consta do Processo nº 000752/1995-CLDF, do Parecer nº 163/03-PG e do Despacho nº 207/2003 do Procurador-Geral,

RESOLVE:

Art. 1º Conceder à servidora ANA LÚCIA RODRIGUES, matrícula nº 12.386-35, ocupante do cargo efetivo de Técnico Legislativo, categoria Taquígrafo, o adicional referente à incorporação de 6/10 (seis décimos) da retribuição mensal do CL-12.

Art. 2º Convalidar os pagamentos referentes às parcelas de quinquê/décimos efetuados pela Diretoria de Recursos Humanos à servidora no período de 03 de fevereiro de 1995, data da aquisição do direito, até a publicação deste Ato.

Art. 3º Este ato entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Reuniões, 02 de outubro de 2003.

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente

Deputado GIM ARGELLO
Vice-Presidente

Deputada ELIANA PEDROSA
Segunda Secretária

Deputado PAULO TADEU
Primeiro Secretário

Deputado LUCI LUCAS
Terceiro Secretário

Atos Administrativos

ATO DO PRESIDENTE Nº 799, DE 2003

O Presidente da Câmara Legislativa do Distrito Federal no uso de suas atribuições regimentais

RESOLVE

DESIGNAR a servidora ANDREA RIBEIRO ALVIM, matrícula nº 12.064-57, ocupante do cargo efetivo de Assistente Legislativo, categoria Auxiliar de Administração, para exercer a Função de Confiança de Assistência, FC - 01, na Coordenadoria de Modernização e Informática.

Brasília, 02 de outubro de 2003

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente

ATO DO PRESIDENTE Nº 800, DE 2003

O Presidente da Câmara Legislativa do Distrito Federal no uso de suas atribuições regimentais

RESOLVE

1 - EXONERAR ELIANE DA FROTA BRASIL, matrícula nº 12.491-38, do cargo em comissão de Secretário - CL - 11, do Gabinete da Presidência, bem como NOMEÁ-LA para exercer o cargo em comissão de Secretário - CL - 11, no Gabinete da Mesa Diretora. (Resoluções nºs. 91/94 e 168/00).

2 - EXONERAR JOSÉ AMARO FERREIRA PALMAR JUNIOR, matrícula nº 14.111-64, do cargo em comissão de Secretário - CL - 11, do Gabinete da Mesa Diretora, bem como NOMEÁ-LO para exercer o cargo em comissão de Secretário - CL - 11, no Gabinete da Presidência. (Resoluções nºs. 168/00 e 91/94).

Brasília, 02 de outubro de 2003

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente

ATO DO PRESIDENTE Nº 801, DE 2003.

O Presidente da Câmara Legislativa do Distrito Federal no uso de suas atribuições regimentais,

RESOLVE:

EXONERAR GABRIEL AUGUSTO SEABRA DA SILVA, matrícula nº 14.320-55, do Cargo Especial de Gabinete, CL-03, da Liderança do PMOB. (Resolução nº 125/99 - SV - Processo nº 2123/99).

Brasília, 02 de outubro de 2003.

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente da CLDF

ATO DO PRESIDENTE Nº 802 DE 2.003

O Presidente da Câmara Legislativa do Distrito Federal, no uso de suas atribuições regimentais, em especial o disposto nos arts. 246, § 1º e 250 do Regimento Interno, c/c o art. 38, I, do Decreto nº 16.098, de 29 de novembro de 1994,

RESOLVE:

Art. 1º Designar o servidor Arlecio Alexandre Gazal, matrícula nº 10.195-52 para exercer a função de Ordenador de Despesa da Câmara Legislativa do Distrito Federal.

Art. 2º Revogam-se as disposições em contrário, em especial o Ato do Presidente nº 09/2003.

Art. 3º Este ato entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 02 de outubro de 2003

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente

ERRATA

Errata do item I do Ato do Presidente nº 794, de 2003, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal de 02/10/03, que trata da exoneração/nomeação de ALESSANDRO BEZERRA BASTOS.

ONDE SE LÊ: ALESSANDRO BEZERRA BASTOS

LEIA-SE: ALECSANDRO BEZERRA BASTOS

Brasília, 02 de outubro de 2003

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente

ERRATA

Errata do Ato do Presidente nº 797, de 2003, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal de 02/10/03, que trata da exoneração/nomeação de FERNANDO VIEIRA DA SILVA.

ONDE SE LÊ: Cargo Especial de Gabinete - CL - 15

LEIA-SE: Cargo Especial de Gabinete - CL - 14

Brasília, 02 de outubro de 2003

Deputado BENÍCIO TAVARES
Presidente

Fls. 1281

3770