Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A
Unidade de Licitações e Compras
Comissão de Licitações

A/C Ilmo. Sr. Presidente Álvaro Luís Azevedo Guazzelli

Referência: Edital de Licitação n° 572/2019

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A
UNID. LICITAÇÕES E COMPRAS
24 JAN 2020
RECEBIDO POR:

ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n ° 90.771.544/0001-40, com sede na Av. Carlos Gomes, 300 – CJ 201, 202, 301 e 302 – Porto Alegre/RS – CEP 90480-000, com base no artigo 59 da Lei 13.303/2016 e item 16.3 do Edital em epígrafe, vem respeitosamente à presença de V.Sa. interpor

RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra decisão proferida pelo Ilmo. Presidente da Comissão de Licitação na 2ª sessão da Concorrência acima evidenciada, a qual expôs as pontuações das empresas participantes conforme Ata de julgamento da subcomissão técnica, pelos fundamentos de fato e de direito a seguir aduzidos, requerendo para tanto sua apreciação, julgamento e admissão. Pugna a Recorrente – devidamente classificada em segundo lugar – pela reconsideração de certas pontuações atribuídas aos concorrentes e à sua proposta, a fim do total respeito aos princípios basilares que regem os certames licitatórios e que devem sempre ser fielmente seguidos por esta respeitosa instituição.

I – TEMPESTIVIDADE

Conforme consta no aviso publicado no Diário Oficial do Estado do dia 17.01.2020, foram apurados e levados ao conhecimento público os resultados de cada

proposta do certame. Da mesma forma, abriu-se prazo recursal previsto legalmente, não havendo qualquer dúvida acerca da tempestividade do presente documento apresentado nesta data.

II – OBJETO DA LICITAÇÃO

O objeto da presente concorrência é a contratação de de até 03 (três) agências de propaganda, para prestação de serviços de publicidade ao Banrisul e suas empresas controladas, inclusive outras que vierem a ser controladas, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias e informar o público em geral.

III – FATOS E INTERESSE RECURSAL

Em sessão pública presencial de abertura da Concorrência em epígrafe, foram realizados, pela Comissão de Licitação competente, os procedimentos cabíveis de recebimento dos invólucros n° 01, 02, 03 e 04 de dez empresas participantes, que tão logo tiveram rubricado o primeiro invólucro (Plano de Comunicação Publicitária – Não identificado) não só pela Comissão de Licitação como também pela comissão formada por participantes. Finalizados os primeiros invólucros, passou-se à abertura do invólucro n° 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

Ao longo dos últimos dias, após reuniões da Subcomissão Técnica formada para esta Concorrência, tais propostas foram analisadas e o resultado foi levado ao conhecimento dos participantes por meio da segunda sessão da Concorrência, realizada no último dia 16, onde também houve a abertura do invólucro n° 02 (Plano de Comunicação – Identificado). Restaram assim consignadas em Ata as pontuações das empresas, já de amplo conhecimento.

Recorre-se da decisão em face da distribuição de pontos de determinadas propostas, vez que esta empresa Recorrente não concorda com as avaliações feitas, tampouco com algumas das ponderações apresentadas, principalmente quando confrontadas não só com as análises técnicas proferidas em favor das demais concorrentes, mas principalmente com o instrumento convocatório.

Conforme se denotará a seguir, ao longo da explanação técnica e jurídica das presentes razões recursais, houve desconsiderações substanciais nas documentações apresentadas pelas Recorridas e quebra da isonomia em relação aos critérios e distribuição das pontuações entre os licitantes.

Nesse contexto, entende-se que o acolhimento do presente recurso, em sua integral extensão, tal como se espera, tem o condão de rever as pontuações consideradas pela Subcomissão Técnica do Banrisul, a fim de que seja respeitado o julgamento objetivo intrínseco aos ditames licitatórios e que assim seja dado prosseguimento à licitação com a abertura dos demais invólucros, como exposto no Edital.

IV – FUNDAMENTOS

Preliminarmente, urge-se destacar que não é intuito desta licitante impedir ou simplesmente atrapalhar o normal trâmite do certame em tela, nem mesmo trazer dúvidas acerca da competência do trabalho exercida por esta respeitada Comissão de Licitação ou questionar sem fundamentos suas decisões.

Buscam-se tão somente o respeito aos princípios basilares que regem nossa Administração Pública, previstos em nossa Carta Magna de 1988 e no art. 31 da Lei 13.303/2016, destacados também na específica Lei n° 12.232/2010, assim como que a necessidade da contratação por parte da Prefeitura, a qual se sabe que é de extrema urgência e importância, seja suprida da melhor maneira possível.

Assim prescreve o artigo supracitado da Lei das Estatais:

> Art. 31. As licitações realizadas e os contratos celebrados por empresas públicas e sociedades de economia mista destinam-se a assegurar a seleção da proposta mais vantajosa, inclusive no que se refere ao ciclo de

> vida do objeto, e a evitar operações em que se caracterize sobrepreço ou superfaturamento, devendo observar os princípios da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da eficiência, da probidade administrativa, da economicidade, do desenvolvimento nacional sustentável, **da vinculação ao instrumento convocatório, da obtenção de competitividade e do julgamento objetivo. (grifo nosso)**

Primeiramente, é forçoso admitir que é papel de qualquer instituição, seja ela de direito público ou de direito privado, se precaver de possíveis licitantes "aventureiros" e buscar uma competição onde os licitantes sejam, realmente, capazes de atender à complexidade da demanda trazida à tona com a esperada qualidade e devidamente munidos de documentação completa que atesta sua capacidade técnica. Ainda mais por se tratar de serviços de publicidade e que se demonstram tão essenciais para o melhor desenrolar das atividades intrínsecas aos objetivos do Banrisul.

A obrigatoriedade legal na adoção do tipo "técnica" na contratação de serviços de publicidade, assim como o é no presente certame, por sua vez, tem o claro intento de fazer com que a Administração se valha da criatividade das agências de propaganda na elaboração de propostas técnicas.

Esse mecanismo é bastante proveitoso na contratação de serviços de publicidade, em que necessariamente deve haver um espaço significativo ao exercício da criatividade. Se a Administração formulasse um objeto específico, sem qualquer margem à inovação por parte dos licitantes, a disputa se resumiria à proposta comercial, o que poderia privar a entidade de determinadas soluções criativas e possivelmente mais vantajosas às suas demandas.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, **deve-se ter em mente, de forma clara, que a avaliação das propostas técnicas somente ocorre por meio da aplicação de critérios objetivos** e previamente conhecidos dos licitantes. Por isso mesmo, a Administração se prende (i) à elaboração de um briefing, que fornece aos interessados as informações necessárias à elaboração de propostas que atendam às necessidades do ente contratante e (ii) à elaboração de Termo de Referência/Edital,

os quais determinam aquilo que obrigatoriamente deve ser respeitado pelos licitantes quando da apresentação de sua vasta documentação.

Sobre tais pontos acima citados, para iniciar qualquer fundamentação e explicitação acerca do que esta Recorrente considera como incabível tendo em vista o apresentado pelas demais licitantes, isto é, que vai de encontro ao que foi solicitado pelo Banrisul, convém destacar, neste presente Recurso, princípio norteador de qualquer procedimento licitatório que deve ser amplamente respeitado por todos os entes da Administração Pública, qual seja, o da vinculação ao instrumento convocatório.

O que se deseja restar claro a partir da positivação do referido princípio é que o Edital funciona como uma bússola, um guia não só para o correto e planejado processamento da licitação como um todo, mas também para a satisfação concreta de uma vantajosa contratação pública. O ato convocatório tem que ser seguido como uma lei o é. Será o instrumento de regulação da atuação tanto da Administração quanto dos participantes interessados.

A fim da melhor elucidação sobre o que de fato preconiza tal princípio, ensina Marçal Justen Filho que:

> "O edital é o fundamento de validade dos atos praticados no curso da licitação, na acepção de que a desconformidade entre o edital e os atos administrativos praticados no curso da licitação se resolve pela invalidade destes últimos. Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação". (FILHO, Marçal Justen – Comentários à lei de licitações e contratos administrativos. Dialética 14 ed. p.567).

No mesmo sentido é a lição de José dos Santos Carvalho Filho:

> "A vinculação ao instrumento convocatório é garantia do administrador e dos administrados. Significa que as regras traçadas para o procedimento devem ser fielmente observadas por todos. Se a regra fixada não é respeitada, o procedimento se torna inválido e suscetível de correção na via administrativa ou judicial. (...) Vedado à Administração e aos licitantes é o descumprimento

> das regras de convocação, deixando de considerar o que nele se exige, como, por exemplo, a dispensa de documento ou a fixação de preço fora dos limites estabelecidos. Em tais hipóteses, deve dar-se a desclassificação do licitante, como, de resto, impõe o art. 48, I, do Estatuto". (CARVALHO FILHO, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo. 26ª ed. São Paulo: Atlas, 2013, p. 246.).

Isto posto, e principalmente se atendo aos princípios acima destacados – necessários para realização de um julgamento transparente e íntegro - passa-se à exposição pontual de cada item que merece ser devidamente revisto por esta instituição.

IV. I – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Passa-se ao momento mais crucial e complexo do certame. Mais uma vez é forçoso destacar: o escopo das presentes razões recursais não é de forma alguma levantar questionamentos de cunho pessoal, e/ou fomentar dúvidas quanto à capacidade de julgamento dos membros da Comissão. Contudo, existem sim critérios nas referidas análises que, ao menos, merecem a devida revisão e precisam ser respondidos em sua integralidade.

Na presente Concorrência, mais uma vez depara-se com a problemática em se objetivar uma contratação onde os critérios, não se pode negar, são subjetivos. E isso não é descrédito quanto à análise do Banrisul, mas sim de todos os entes que contratam esse tipo de serviço. Explica-se.

A partir do momento em que a licitação é obrigatória para a contratação de agências de publicidade, "o critério decisivo de seleção acaba sendo a criatividade, a qual envolve avaliação meramente subjetiva"[1]. **Ou seja, o problema reside no fato de que a escolha da melhor proposta - subjetiva, pois advém de pontuações dadas por julgadores a partir da análise da criatividade das empresas - acaba por ser exteriorizada como produto de um julgamento objetivo.**

[1] Marçal Justen Filho (Comentários à lei de licitações e contratos administrativos – 14ed. p.352).

A fim de dirimir tais "subjetivismos" e, no presente caso, corrigir possíveis incongruências de critérios de julgamento, faz-se necessário estabelecer parâmetros objetivos da avaliação das propostas, de modo que o julgamento reflita uma avaliação consistente sobre a vantajosidade das ofertas dos licitantes.

Levando-se em consideração todo o exposto até aqui, finalmente passa-se à análise pontual das inconsistências consideradas por esta Recorrente.

IV.I.I – Descumprimento das normas de apresentação e elaboração da proposta técnica (Capacidade de Atendimento – invólucro n°3) da agência JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda.

O Edital era claro quanto às obrigações quando da apresentação da Capacidade de Atendimento:

> *3.1 A capacidade de atendimento da licitante será demonstrada através de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos/documentos, por meio dos quais serão apresentadas:*
>
> *(...)*
>
> *b) equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido,* ***<u>devidamente comprovado</u>*** *(contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços ao Banco, discriminando-os por área de atuação na agência licitante.*

Ao longo do período procedimental até a realização da primeira sessão pública, algumas questões foram levantadas pelos participantes acerca das formalidades e comprovações referentes ao trecho em destaque acima, para o devido conhecimento do que realmente e efetivamente seria julgado como capaz de demonstrar o currículo apresentado. Nas respostas presentes nos Comunicados de 27.11.2019 e 12.12.2019, por exemplo, assim esta Comissão se pronunciou, deixando bem claro:

> *Comunicado de 27.11.2019*
>
> *4. Em relação ao item 3.1, letra "b" do Anexo II – Equipe, consta que o currículo deve ser "devidamente comprovado". Neste sentido, questionamos se devem ser apresentados os diplomas de todos os profissionais relacionados na lista.*

A comprovação do referido currículo resumido da equipe técnica deverá ser feita por qualquer documento hábil a essa finalidade, de acordo com a situação a ser comprovada (formação acadêmica, experiência, cursos de extensão, etc).

Comunicado de 12.12.2019
a) Entendemos que os documentos solicitados para comprovação da experiência (depois descritos na página 6 do Termo de Referência) tem o objetivo de comprovar os anos de experiência de cada profissional no mercado e não suas diversas experiências/cargos ocupados ao longo dos anos. Está correto?
Desta forma, podemos apresentar apenas o registro mais antigo, por exemplo? Ou seria necessário apresentar cópia de todas as páginas que comprovam suas experiências ao longo do tempo?
R:A comprovação do referido currículo resumido da equipe técnica deverá ser feita por qualquer documento hábil a essa finalidade, de acordo com a situação a ser comprovada (formação acadêmica, experiência, cursos de extensão, etc). Elencar tais documentos, de forma taxativa, significaria limitar injustificadamente a participação dos concorrentes, pois tornar-se-ia inviável abranger as variadas possibilidades (diplomas, certificados, contratos de trabalho, dentre outros). Por sua vez, o item 17.2 do Termo de Referência, Anexo XIII ao Edital, exemplifica que "A comprovação de experiência poderá ser através de CTPS - Carteira de Trabalho e Previdência Social, contratos de trabalho, ou outro documento hábil a referida comprovação".

As informações que constarão nos currículos resumidos, devidamente comprovados, ficam a critério do licitante.

A partir das respostas dadas, encerraram-se de vez quaisquer discussões em torno da apresentação de tais documentos. Ou seja, ainda que houvesse a apresentação de currículo, tal 'declaração' não bastava para o Banrisul, era necessária, nas palavras da Comissão inclusive, que *"a comprovação do referido currículo resumido da equipe técnica deverá ser feita por qualquer documento hábil a essa finalidade (...)"*.

Destaca-se, ainda, que não há qualquer dúvida a respeito do caráter vinculante das respostas conferidas aos pedidos de esclarecimentos, como muito bem ensina a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça:

(...) 10. Quanto ao caráter vinculante dos esclarecimentos prestados, ressalta o doutrinador Marçal Justen Filho que 'é prática usual, fomentada pelo próprio art. 40,

inc. VIII, que a Administração forneça esclarecimentos sobre as regras editalícias. A resposta formulada administrativamente apresenta cunho vinculante para todos os envolvidos, sendo impossível invocar o princípio da vinculação ao edital para negar eficácia à resposta apresentada pela própria Administração'. Acrescenta, ainda, que 'a força vinculante da resposta ao pedido de esclarecimento envolve as hipóteses de interpretação do edital. Ou seja, aplica-se quando há diversas interpretações possíveis em face do ato convocatório. Se a Administração escolhe uma ou algumas dessas interpretações possíveis e exclui outras (ou todas as outras), haverá vinculação' ('Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos'. 11ª ed., São Paulo: Dialética, 2005, pp. 402/403).

11. Sobre o assunto, já se manifestou o Superior Tribunal de Justiça, no sentido de que 'a resposta de consulta a respeito de cláusula de edital de concorrência pública é vinculante; desde que a regra assim explicitada tenha sido comunicada a todos os interessados, ela adere ao edital' *(REsp 198.665/RJ, 2ª Turma, Rel. Min. Ari Pargendler, DJ de 3.5.1999)'. (grifos nossos) (MS 13005/DF, 1ª Seção, Rel. Min. Denise Arruda, DJe 17/11/2008).*

Pois bem. Ao ser lida a Capacidade de Atendimento da Recorrida, é FACILMENTE percebido que **seu CONTEÚDO desrespeitou o comando exigido no Edital e, ao contrário das demais licitantes, sequer se preocupou em DEMONSTRAR os currículos apresentados com documentação hábil para tanto.**

A mera declaração de que são verdadeiras as informações apresentadas não basta. O comando editalício era claro, a Comissão foi uníssona em suas respostas, as demais licitantes se preocuparam com tais comprovações: era obrigatória a demonstração cabal de tais experiências expostas nos currículos, mas mesmo assim, esta Recorrida apenas perdeu 0,20 na Capacidade de Atendimento.

Consequência? Outra não há a não ser a sua imediata e urgente DESCLASSIFICAÇÃO, assim como ordena a Lei nº 12.232/2010 (art. 11, §4º, III): *"(...) desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório (...)"* e o próprio Termo de Referência em seu item 6.5 'a'.

Caso não entenda desta forma, o que se sustenta por mero amor ao debate destas razões recursais, que ao menos seja devidamente revista a pontuação de 14.80 conferida.

As regras do Edital – acima em destaque – são claras e, como já tratado nas presentes razões recursais, não é demais ressaltar que em certames licitatórios deve ser observado de forma inequívoca o princípio da vinculação ao Edital. **Observar tais regras é decorrência direta da imposição de haver COMPETIÇÃO entre propostas, justamente pelo fato de que se for admitida qualquer possibilidade de flexibilização das determinações do Edital, será violada a igualdade de condições que representa o elemento essencial e estruturante da própria licitação, ainda mais ao se tratar de contratação de serviços de publicidade e a necessidade de julgamento objetivo das propostas.**

IV. I.I. a - Erros da JSMAX em seu Plano de Comunicação

É necessário destacar que são bem perceptíveis falhas no plano de mídia da empresa recorrida e que deve sim ser revista por esta Comissão de Licitação. Como uma proposta que apresenta distorções quando comparadas estratégia e tática de mídia é capaz de atingir pontuação de 8.33 neste item?

Ao proceder à leitura de sua estratégia, há manifesta intenção de utilização das principais emissoras do Rio Grande do Sul. Entretanto, ao prosseguir na análise da simulação do seu plano de mídia, simplesmente há apenas orçamento referente ao sinal RS1 – Porto Alegre, deixando de lado, ou melhor, IGNORANDO sua própria estratégia, ao deixar outras onze regiões do RS sem qualquer cobertura na PRINCIPAL emissora do estado – RBS.

Desta maneira, convém questionar: por que colocar programação local e não estadual na emissora com maior *share* do mercado?

Ademais, ainda neste quesito, a agência sequer apresentou os anexos para demonstração dos dados apresentados na pesquisa. Como concluído no ponto anterior, é claramente perceptível que houve falhas quando da elaboração do plano de mídia até aqui da empresa recorrida e que tais aspectos precisam ser devidamente revisitados, vez que quando do julgamento, a pontuação da empresa é considerável e necessita da devida correção.

IV.I.II – Erros da BRIVIACOM Comunicação em seu Plano de Comunicação

a) Erros na Estratégia de Mídia e não Mídia

É necessário destacar que são bem perceptíveis falhas no plano de mídia da empresa recorrida e que deve sim ser revista por esta Comissão de Licitação. Como uma proposta que apresenta orçamento de veículo impossibilitado de comercialização de anúncios (Minuano, na cidade de Bagé-RS) é capaz de atingir pontuação de 60% do valor deste item?

Não se pode alegar desconhecimento de tal fato. Qualquer análise mais cuidadosa quando da elaboração da Estratégia de Mídia, como feita por esta Recorrente, teria ciência de decisão judicial nos autos do processo n° 70081626608 de competência do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, que assim concluiu:

> *"Mérito. Provas trazidas aos autos pela Fundação demandada que não se mostraram suficientes a afastar a irregularidade apontada no Procedimento Administrativo n. 00718.00188/2015, referente à prática comercial pela Fundação ré, por meio do Jornal Minuano. Jornal que deve servir tão somente de laboratório para os alunos do curso de Comunicação Social da URCAMP. Desvio de finalidade caracterizado. Comando de vedação do exercício de atividade comercial que se impõe. "*

Tal fato inclusive foi devidamente noticiado, conforme matéria jornalística a seguir: http://www.coletiva.net/pelo-rs/jornal-minuano-de-bage-e-julgado-por-desvio-de-finalidade,319423.jhtml.

Como concluído no ponto anterior, é claramente perceptível que houve falhas quando da elaboração do plano de mídia até aqui da empresa recorrida e que tais aspectos precisam ser devidamente revisitados, vez que quando do julgamento, a pontuação da empresa é considerável e necessita da devida correção.

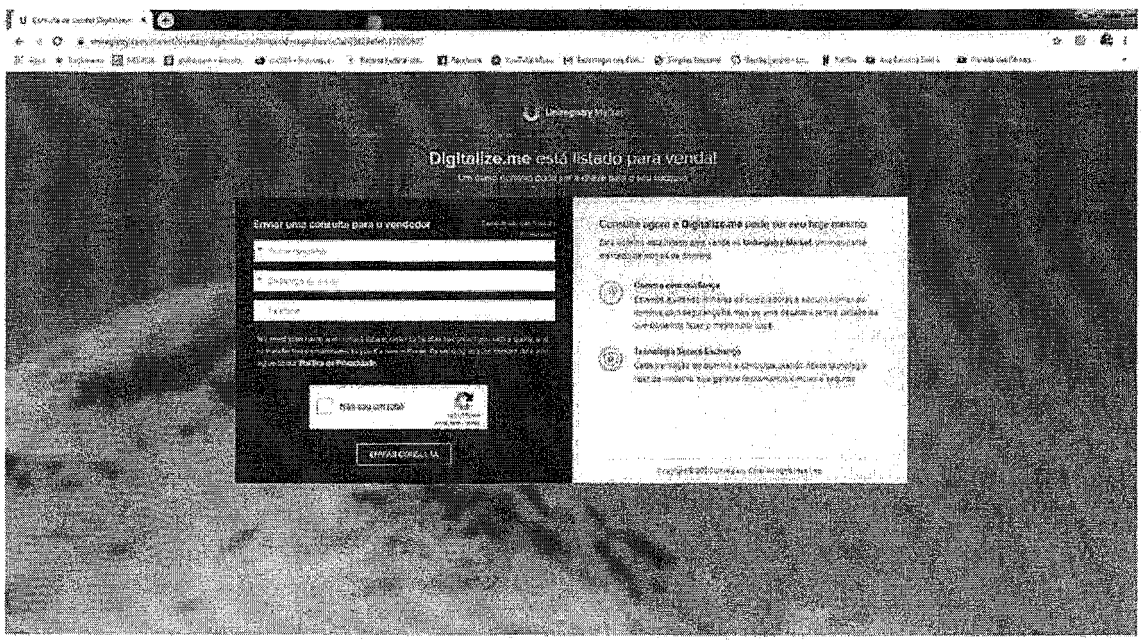
b) Ideia Criativa

Sobre tal ponto, há de se destacar aspecto importante percebido por esta Recorrente e que merece as devidas considerações pela equipe técnica. Quando da

leitura das peças corporificadas, verifica-se a utilização do domínio 'DIGITALIZE.ME', o qual conforme se demonstra abaixo, já possui proprietário.

O que se tem, então? Denota-se, sem dúvida, uma clara falta de cuidado por parte da recorrida na elaboração de seu Plano de Comunicação, vez que terá que se valer de negociação com o atual proprietário – com grande chance de não efetivá-la – ao invés do uso de tabela de mercado.

Ou seja, descuido por parte da concorrente que assim apresenta uma Ideia Criativa com base em situações que não correspondem com a verdade, o que por si só enseja que a pontuação seja consideravelmente revista e a nota adequada ao GRAVE erro cometido.



IV.II.III – Erros da Global em seu Plano de Comunicação

a) Estratégia de Mídia

Neste quesito, os erros cometidos pela agência são gritantes e urgentemente precisam ser revistos. Não há qualquer menção de uso de recursos

próprios da instituição em seu Plano de Comunicação e não obstante tamanha impropriedade, a Recorrida ainda obteve 6,33 de pontuação no quesito.

Esta empresa concorrente desrespeita claramente a alínea 'd', subitem 2.6, item 2 do Anexo X, que assim define:

> *d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (peso 1,7):*
> *· conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo;*
> *· consistência do plano simulado;*
> ***· pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação;***
> *· otimização dos recursos nos meios recomendados;*
> *· criatividade em mídia.*

Ou seja, descuido por parte da concorrente que assim apresenta uma Estratégia omissa sem pormenorizar e assim sustentar sua campanha com base naquilo que OBRIGATORIAMENTE deveria ser seguido, conforme item editalício acima.

Conforme já sustentado nas presentes razões recursais, outra não pode ser a conclusão: a imediata desclassificação da Recorrida. Caso assim não entenda esta nobre Comissão, que ao menos a pontuação seja consideravelmente revista e a nota adequada ao GRAVE erro cometido.

V - DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

Aduzidas as razões que balizaram o presente RECURSO ADMINISTRATIVO, esta empresa **ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA**, com supedâneo na Lei n° 13.303/2016 e demais instrumentos legais, requer o recebimento, análise e admissão desta peça, para que ao final lhe seja dado provimento para:

- Retirar do certame as empresas JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda; Briviacom Comunicação e Marketing Ltda; Global Comunicação e

Marketing Ltda, conforme exposição técnico-jurídica acima, por evidente desrespeito aos ditames do Edital;

- na eventualidade do pedido acima ser indeferido por esta Comissão de Licitação, que a pontuação das concorrentes citadas sejam ainda mais reduzidas de maneira a respeitar os princípios da vinculação ao Edital e da isonomia.

Caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos legais que embasaram a decisão, posto que serão utilizados nas medidas futuras cabíveis.

Porto Alegre, 24 de janeiro de 2020.

Atenciosamente,

Escala Comunicação e Marketing Ltda

Rodrigo Dipp
Procurador

Nardel Martins
Procurador

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A
UNID. LICITAÇÕES E COMPRAS
24 JAN 2020
RECEBIDO POR: