



Franco de Menezes

A D V O G A D O S



Ilustríssima Senhora Diretora Superintendente do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Dra. Laura M. J. Iaganá, por intermédio da Comissão Julgadora de Licitação

Concorrência nº 006/2019

Processo CPS nº 671380/19

FSB DIVULGAÇÃO LTDA, qualificada nos autos do processo licitatório em epígrafe, por seu procurador, subscritor do presente, com fundamento no art. 109, I, §3º da Lei 8.666/93 e item 10.5.3 do edital, vem à presença de Vossa Senhoria apresentar **IMPUGNAÇÃO** aos termos dos recursos apresentados pelas empresas Giusti e Partners, fazendo-o pelas razões que seguem:

1. DO RECURSO APRESENTADO PELA LICITANTE PARTNERS

Em apertada síntese, a licitante Partners Comunicação Integrada Ltda, esposa tese recursal com o objetivo de eliminar as propostas das empresas classificadas à sua frente na fase técnica.

Os argumentos, entretanto, carecem de fundamento fático ou jurídico.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

No que diz respeito à FSB, a recorrente alega que:

“Após acurada análise da documentação trazida pela FSB, verificou-se que a licitante, com intuito de comprovar o quantitativo referente ao tempo de prestação de serviço de seus profissionais, apresentou Declaração para cada um deles.

Contudo, tais declarações foram assinadas pela própria empresa, que não cuidou de anexar qualquer documento oficial que justifique os dados ali incluídos.

Ora, muito embora não se possa presumir má-fé, com o devido acatamento, também não se pode perder de vista que as declarações apresentadas pela concorrente não possuem presunção de legitimidade, tampouco fé pública, por se tratar de documento unilateral e, consequentemente, passível de manipulação.

Some-se a isto o fato de que os meios de se comprovar a legitimidade das informações não se trata de prova impossível. Pelo contrário, poderia ser feita mediante a simples juntada de contratos formais de prestação de serviço ou cópias de registros em Carteira de Trabalho.”

Ao final, pleiteia:

“Portanto, diante da ausência de documentos que sirvam para legitimar as informações unilaterais prestadas pela FSB, nas declarações emitidas por ela, e de outras provas que



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

demonstrem o efetivo tempo de prestação de serviço, a desclassificação da **FSB COMUNICAÇÃO LTDA** é medida que se impõe. Caso assim não se entenda, requer-se, subsidiariamente, a revisão e redução da pontuação outrora atribuída.”

De início, convém lembrar que a disputa em curso tem como objetivo a contratação de empresa de comunicação corporativa com capacidade de apresentar soluções estratégicas e táticas para solução de problemas de comunicação e atendimento das demandas que serão feitas pelo órgão licitante. Ao contrário do que pensa a recorrente, a licitação não tem como objetivo contratar empresa de terceirização de mão de obra.

As alegações recursais não encontram respaldo editalício ou legal.

O item 3.4.4. do Anexo III do edital é claro ao estabelecer a forma de apresentação da capacidade de atendimento, especialmente no que concerne à tese da recorrente:

“3.4.4. A licitante deverá apresentar documento subscrito por seu representante legal indicando:

...

d) a quantificação e qualificação dos profissionais da equipe que colocará à disposição para execução do contrato, **sob forma de currículo resumido** (no mínimo: nome, formação e experiência, além de qualificação técnica), descrevendo-se as áreas de atuação, tais como redação edição, revisão de texto,



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

editoria nas área de política, economia, assuntos da cidade ou similares, produção de veículos de comunicação, como, por exemplo, rádio e Tv, produção gráfica, mídia e atendimento técnico e administrativo e demais áreas concernentes, constantes desta proposta técnica.” (g.n.)

Agiu com acerto e razão a I. CEL ao estabelecer essa forma de comprovação, mormente porque privilegia a boa-fé processual.

Por outro lado, a recorrente deixou de mencionar que a FSB apresentou cópia de CTPS, declarações de veículos e outros documentos com a finalidade de comprovar o TEMPO DE EXPERIÊNCIA dos profissionais indicados em sua proposta, além das referidas declarações firmadas pela própria FSB.

Impende consignar que as declarações mencionadas pela recorrente tratam da comprovação do TEMPO de serviço prestado pelo profissional à própria FSB. Não está em discussão a forma de vínculo do profissional com a licitante, se carteira de trabalho, contrato de prestação de serviço ou sócio. A finalidade é comprovar TEMPO de experiência do profissional. Essa foi a finalidade exclusiva das declarações, pois, quem mais poderia declarar o tempo de prestação de serviço do profissional à FSB, senão a própria FSB?

Sobreleva destacar, porque oportuno, que na eventual hipótese de dúvida, poderia a I. Comissão diligenciar para confirmar a veracidade das informações ali prestadas. Contudo, não restou qualquer dúvida, nem tampouco qualquer infração editalícia, pois esta foi a forma prescrita no edital para comprovação



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

da experiência dos profissionais que serão colocados à disposição do Centro Paula Souza, na hipótese de a FSB sagrar-se vencedora.

A título de exemplo, podemos citar o profissional Adriano Warken, mencionado pela recorrente. Vejamos a sua experiência profissional:

EMPREGADOR	PERÍODO INICIAL	PERÍODO FINAL	FUNÇÃO/CARGO	FORMA DE COMPROVAÇÃO
Sinos	19/10/1993	21/05/1996	Repórter	CTPS
MPF	13/06/1996	10/07/1997	Editor	CTPS
Zero Hora	22/08/1997	21/09/1998	Editor Assistente B2	CTPS
Fundação Gaúcha	20/10/1999	05/04/2002	Gerente Regional A	CTPS
Terra	06/01/2003	04/03/2004	Editor Assistente Jr	CTPS
Fubra	04/12/2008	15/07/2009	Assessor de Comunicação	CTPS
FSB Divulgação	01/02/2012	29/07/2019	Coordenador	Declaração
TOTAL	15 anos 8 meses			

A experiência do referido profissional foi comprovada por meio de diplomas, certificados, cópia de sua CTPS e uma declaração firmada pela FSB em relação ao período em que o profissional presta serviços para a licitante.

O mesmo se deu em relação a todos os demais perfis indicados em sua proposta técnica.

Como se pode observar, sobejam razões para a improcedência do recurso, primeiro porque a argumentação da recorrente não encontra respaldo fático ou jurídico e, segundo, porque a documentação apresentada pela FSB seguiu à risca as exigências fixadas no edital.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

Diante do exposto, a alegação recursal deve ser rejeitada e receber o decreto de improcedência total, o que fica requerido.

2. DO RECURSO APRESENTADO PELA GIUSTI

Em resumo, a recorrente Giusti apresentou recurso administrativo pugnando pela reforma da decisão e, no que concerne à proposta da FSB, assevera o seguinte:

III. DAS RAZÕES PARA REFORMA DA R. DECISÃO DESTA I. COMISSÃO

III.1. DA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA DA LICITANTE FSB

12. Da análise da proposta técnica da licitante FSB DIVULGAÇÃO LTDA. ("FSB"), observa-se inconsistências em diversos sub quesitos do Quesito 01 - *"Proposta para o tema exercício criativo"*.

a) Quesito 01 - Subquesito 01: Raciocínio básico

13. O item 4 do Anexo III do Edital, ao dispor sobre a avaliação das propostas técnicas, especifica o tema Raciocínio Básico como o Subquesito 01 do Quesito 01, cuja pontuação é composta seguindo os seguintes critérios:

a) Lógica e clareza da exposição;

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e proposta de solução apresentada;

c) Relevância dos resultados apresentados.

14. Nota-se, portanto, que um dos critérios para atribuição de pontuação está relacionado à construção da lógica textual e à clareza da exposição.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

E vai além:

15. A proposta técnica apresentada pela licitante FSB atende apenas parcialmente a este subquesto, valendo mencionar, a título exemplificativo, dois erros que têm o condão de prejudicar a análise do conteúdo de sua proposta:

potencial do ecossistema empreendedor nacional, com mais de 10 mil *startups* e US\$ 1 bilhão investido em 2018. O Brasil já tem oito “unicórnios”, *startups* de mais de 1 bilhão de dólares

Com estratégia e uma forma de trabalhar a Comunicação também de forma inovadora, ágil, multicanais, é possível reposicionar o CPS e situá-lo a referência para uma nova educação profissional. Um CPS que reúne professores que estimulam e que forma

16. Nesse segundo trecho, em que o uso do verbo “situar” é evidentemente equivocado, destaca-se também como elemento redutor da clareza a repetição da palavra “forma” logo na primeira frase.

17. Não é demais frisar que a falta de clareza textual se mostra presente, igualmente, na duplicidade da informação apresentada no relatório (1º quadro), que menciona, por duas vezes, a existência de *startups* “de mais de US\$ 1 bilhão investidos”.

18. Sendo assim, no entendimento da Recorrente, a constatação de erros desse tipo, capazes de prejudicar a lógica textual, devem ser considerados no cálculo do IPPT da licitante.

Quanto ao plano de ação, alega a recorrente que:



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

b) Quesito 01 – Subquesito 02: Plano de Ação - Estratégia de Relacionamento com a Mídia

19. Na mesma linha, o Subquesito 02 do Quesito 02, disposto no item 4 do Anexo III do Edital, tem sua pontuação composta pelos seguintes critérios:

- a) Lógica e clareza da exposição;*
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e proposta de solução apresentada;*
- c) Relevância dos resultados apresentados; e*
- d) Agilidade e eficácia das medidas adotadas.*

20. Nota-se, portanto, que um dos critérios para atribuição de pontuação está relacionado à construção da lógica textual e à clareza da exposição.

21. Contudo, a proposta técnica da licitante novamente apresenta erros que prejudicam a compreensão e a clareza do texto. A título de exemplo, colacionamos abaixo dois trechos nos quais é possível identificar problemas relacionado ao uso incorreto da crase:

- Fl. 04: “A lógica da Inova alinha-se a de outras instituições de ensino e pesquisa de todo o mundo”.
- Fl. 04: (...) coerente à proposta da Inova (...)

No primeiro caso, há supressão indevida da crase, pois é essencial a presença tanto da preposição quanto do artigo definido. No segundo caso, há indevida substituição da preposição “como”.

22. Sendo assim, a Recorrente entende que os equívocos constatados merecem ser considerados no cálculo do IPPT da licitante FSB.

Em ambos os pontos, o pleito da recorrente está fundado no quesito lógica e clareza da exposição. Para justificar a suposta necessidade de revisão da nota



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

da FSB, a recorrente apresenta quatro "exemplos" do que afirma serem falhas que prejudicam a compreensão do exercício criativo.

No primeiro "exemplo" sequer é possível entender a razão do inconformismo da recorrente, que aparenta não ser capaz de diferenciar uma informação (valores investidos em 2018) da outra (definição de "unicórnio" no contexto das *startups*).

Os demais apontamentos são meros erros materiais, absolutamente pontuais, que de maneira alguma prejudicam a lógica ou clareza das frases onde se encontram.

Ademais, seguindo o rumo traçado pela recorrente em seu recurso, a sua proposta deve ser desclassificada, pois se defende a tese de que TRÊS erros na totalidade do exercício justificam a revisão de nota, o que dizer da sua pontuação, sendo que sua proposta contém **48 (QUARENTA E OITO)** erros já devidamente apontados no recurso apropriado?

Por este motivo, reitera-se os termos do recurso e a punição almejada à proposta classificada em primeiro lugar.

No que diz respeito ao Quesito 01, Subquesito 04, a recorrente constrói sua tese pautada em informações imprecisas, inverídicas e que evidenciam a superficialidade com que analisou a proposta da FSB Divulgação Ltda.

Vejamos.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

Diz a recorrente:

c) Quesito 01 – Subquesito 04: Plano de Ação – Materiais a serem produzidos

23. Além dos itens acima expostos, nota-se inconsistência relevante no cumprimento do Subquesito 04 do Quesito 01, referente à elaboração do Plano de Ação no que tange aos materiais a serem produzidos pela licitante.

24. O referido subquesito está relacionado ao item 2.1.c.2 do Anexo I do Edital, no qual são detalhados os serviços a serem contratados pelo Centro Paula Souza, conforme trecho abaixo:

c) Apoio à Assessoria de Comunicação do CPS na produção, gerenciamento e disseminação de informações voltadas à comunicação externa e interna, incluindo ainda as seguintes atribuições e especificações:

c.2. produção de material (releases, avisos de pauta, artigos, notas, entre outros) com informações fundamentadas, além da elaboração de estratégia e ações de divulgação, com acompanhamento dos registros na mídia.

25. Ao analisar a proposta técnica da licitante FSB, chama atenção o fato de a relação de materiais a serem produzidos, apresentada pela licitante, estar nitidamente incompleta, não havendo menção à produção de materiais básicos como Q&A (Questions and Answers), releases, briefings para porta-vozes, etc.

26. Vale mencionar que, ainda assim, o cronograma apresentado pela licitante propõe, como ação de médio prazo, o envio de *releases* para a mídia.

27. Considerando a deficiência na proposta técnica identificada, no entender da Recorrente, esses pontos devem também ser objeto de avaliação em novo cálculo do IPPT da licitante FSB.


Página 10



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

Após hercúleo esforço para identificar possíveis falhas na tentativa desesperada de desqualificar a proposta da FSB, a recorrente afirma que a lista de materiais apresentada é incompleta, **“não havendo menção à produção de materiais básicos”**. No item seguinte menciona **“o envio de releases”** destacado no cronograma.

Fosse o redator do recurso conhecedor de questões básicas de comunicação, ele saberia que os materiais de comunicação fundamentais são citados a todo tempo no Plano de Ação, inclusive no subitem análise. Em particular, a expressão “release”, da qual a licitante tanto lamenta a ausência, está implícita na relação adiante:

Conteúdos para as ações propostas neste Plano e respectivos materiais de divulgação –Workshops e minicursos, Inovathon, MapInova, Inova Talks, Inovacast, Batalha de pitches, Intercâmbios acadêmicos, Divulgações da Inova, Worskshops com jornalistas, Inova Hands On, Banco de Inovadores, Feteps, Blog da Inovação, Rede de Embaixadores, Mapeamento de influenciadores, Agência de Notícias e Mulheres Inovadoras. (Proposta da FSB, p.12)

Passemos para a definição de release de acordo com o dicionário:

[Jornalismo] Material que, distribuído à imprensa ou aos canais de televisão, contém informações e dados específicos para divulgação de alguma coisa (filmes, livros, entrevistas),



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

facilitando, por sua vez, o trabalho dos jornalistas (fonte: <https://www.dicio.com.br/release/>)

Ou seja: ***Conteúdos para as ações propostas neste Plano e respectivos materiais de divulgação***

A seguir, mais exemplos de como a produção de materiais para a imprensa – ou releases – aparece ao longo da proposta da FSB:

“Jornalistas e outros mediadores de informação em veículos tradicionais (jornais, revistas, TVs e rádios), web (blogs, portais, sites e canais de redes sociais) e na mídia local e regional são mediadores dessas informações. Serão produzidos e compartilhados histórias de vida, estudos, pesquisas e levantamento de dados, cases de projetos, guias sobre indústria 4.0, inovação e empreendedorismo, sobretudo a partir dos programas e das pessoas da Inova CPS – suas realizações e sua visão.” (Proposta da FSB, p.06)

“A mídia tradicional será fundamental para a materialização dessa frente. Rotinas de relacionamento com a imprensa serão estabelecidas, com produção e compartilhamento de conteúdo para plataformas diversas, tanto de serviços como na linha de storytelling ou narrativas mais elaboradas e atraentes.” (Proposta da FSB, p.08)



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

“Inova Negócios – Histórias e cases de parcerias com empresas serão levantados e sistematizados. Esse material servirá de base para conteúdos nas redes sociais e **sugestões de pauta** para diversas editorias, sobretudo de negócios. **Dois pautas por mês.**

Meu Professor Inova – A mesma lógica do banco de fontes se aplica aqui, mas para produtores de conteúdo na área de educação. Serão produzidos conteúdos especiais e **sugestões de pauta** sobre métodos usados nos processos didáticos do CPS/Inova CPS, inclusive sobre a implementação pioneira do Novo Ensino Médio e o itinerário técnico. Deve ser produzida **pelo menos uma história por mês** para diferentes usos.” (Proposta da FSB, p.10)

Por fim, é absolutamente lamentável o desprezo que a recorrente demonstra pela língua pátria. A seguir, apresentamos a tradução dos outros dois itens que a concorrente não encontrou na proposta, por terem sido escritos **em português**:

Q & A (Questions and Answers) e briefings aparecem em **Documentos internos para unificação do discurso – Mensagens-chave, perguntas e respostas, pontos de fala e resumos de ações da Inova**, além dos critérios para novas unidades (Proposta da FSB, p. 12)

Mais uma vez, a tentativa de desqualificar a proposta da FSB cai por terra sem muito esforço, dada à fragilidade dos argumentos esposados pela recorrente na peça vestibular.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

E não para por aí. Mais adiante a recorrente alega o seguinte:

d) Quesito 01 – Subquesito 05: Oportunidade de mídia positiva

28. Como se sabe, o Item 3.2 do Anexo III do Edital propõe como exercício criativo o tema: *“Agência Inova Paula Souza – incentivo à cultura de inovação, ao empreendedorismo e à necessária participação da sociedade”*.

29. O instrumento convocatório especifica, ainda, que o Raciocínio Básico deve trazer o *“entendimento sobre a interligação entre o exercício criativo apresentado, na interface com a estrutura e a missão institucional do Centro Paula Souza”,* enquanto o Plano de Ações *“deve trazer a resolução do desafio específico”*.

30. O exercício solicita que sejam detalhados *“três aspectos positivos detectados com relação ao exercício criativo”* de Oportunidades de Mídia Positiva e *“identificados 3*

aspectos de Riscos à imagem detectados na atuação do Centro Paula Souza ocasionados pelo desafio específico do exercício criativo”.

31. No Item 4 do Anexo IV do Edital – Tema do Exercício Criativo, destaca-se que *“todos os programas e atividades da Inova Paula Souza seguem as mesmas diretrizes estratégicas como base para o desenho de suas atividades, entre os quais inserir ETECs e FATECs em ecossistemas de empresas e profissionais, promovendo ambientes de interação; criar espaços de protagonismo para alunos e professores; e dar visibilidade à produção e à qualidade de alunos e professores”*.

32. A Inova Paula Souza, por sua vez, tem como objetivos estratégicos principais, *“aumentar o impacto do Centro Paula Souza no desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo”; “promover a cultura de inovação e empreendedorismo”; “promover a difusão de novas tecnologias e seus usos”; e “ampliar e diversificar oportunidades de trabalho e desenvolvimento pessoal para alunos e professores”*.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

...

34. Ao analisar a proposta técnica da licitante FSB, nota-se que para o subquesto "Oportunidade de mídia positiva" a licitante apresenta como aspectos positivos detectados no exercício criativo exatamente a demanda proposta pelo Centro Paula Souza: "Como posicionar a Inova, o Centro Paula Souza e o Estado de São Paulo como protagonistas dos temas de inovação e empreendedorismo no Brasil".

35. Não é preciso esforço para concluir que não se trata de oportunidade detectada em função do exercício criativo, mas sim, do desafio em si, do motivo da própria licitação.

38. No caso da FSB, o texto "Oportunidades" apenas reforça a estratégia já sugerida no próprio ato convocatório, situação que também merece ser considerada no cômputo da pontuação da licitante FSB.

Neste subitem, a recorrente apoia sua tese nos objetivos estratégicos da Inova Paula Souza, concluindo que eles são "parte integrante do desafio do exercício criativo" a partir do briefing apresentado no edital.

Sendo a demanda do subitem em análise "detalhar **aspectos positivos detectados** com relação ao exercício proposto" e o entendimento de que "oportunidade" significa

"Circunstância favorável para que alguma coisa aconteça; ensejo: estava esperando a melhor oportunidade para lhe dar a notícia"
(<https://www.dicio.com.br/oportunidade/>)

O argumento da Giusti não procede. São exatamente essas **circunstâncias favoráveis** que foram apontadas na proposta da FSB, ao detalhar os



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

contextos em que a Inova Paula Souza está incluída, sejam eles macro (oportunidades 1 e 3) ou micro (oportunidade 2).

Detectar cenários e oportunidades de exposição positiva é diferente de sugerir ações, tema esse que deveria ser contemplado no subitem “Plano de Ação”, e que a Giusti fez neste subitem (TEDx Paula Souza e Robôticampus). Não apresentaram oportunidades detectadas, e sim inventadas, e agora reclamam que a FSB não cometeu o mesmo erro, sendo suficiente para a improcedência do recurso nesse quesito.

Por fim, a recorrente discorre sobre supostos erros da FSB na construção do Quesito 01, Subquesito 06, alegando o seguinte:

e) Quesito 01 – Subquesito 06: Identificação de riscos à imagem

39. Na mesma linha da fundamentação do Item “d”, a análise da proposta técnica da licitante FSB não permite outra conclusão senão no sentido de que não foi integralmente cumprido o subquesito 06, relacionado à proposta do exercício criativo consistente em identificar “3 aspectos de Riscos à imagem detectados na atuação do Centro Paula Souza ocasionados pelo desafio específico do exercício criativo”.

40. A licitante FSB não apresentou riscos efetivos à imagem da Inova PS ou do Centro Paula Souza, mas, sim, dificuldades de execução do plano de comunicação, nada que se possa classificar como crise de imagem nos parâmetros.



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

41. Em verdade, riscos efetivos às imagens das instituições seriam os apontados pelas demais licitantes, de forma objetiva e acertada, como por exemplo: avaliações no ENEM, protestos de alunos, falta de vagas, falta de orçamento, acidentes fatais, estrutura física deficiente, demanda por novas unidades.

42. A licitante FSB, entretanto, apontou a falta de consciência sobre a importância da comunicação e a falta de dados sobre inovação como riscos à imagem das instituições, quando, na realidade, esses itens se enquadrariam no diagnóstico de comunicação da FSB para o Centro Paula Souza.

43. Vale esclarecer que, no entender da Recorrente, dificilmente, esses problemas afetariam a imagem do Centro Paula Souza e da Inova de maneira crítica.

44. Da mesma forma, o terceiro item da proposta técnica da licitante, intitulado *"Inovação, um tema novo, pouco tangível e distante do cidadão comum"*, aponta que o conceito de inovação ainda estaria distante do cidadão, afirmação que, embora verdadeira, não representa um risco à imagem do Centro Paula Souza.

45. Sendo assim, a falta de clareza da licitante FSB em relação à proposta do exercício criativo também merece, no entender da Recorrente, ser considerada para o cálculo do IPPT de sua proposta.

Novamente, a recorrente se apoia em argumentos que não procedem e cria ciladas que desqualificam sua própria proposta.

Como bem apontado pela Giusti, os riscos à imagem a serem detectados devem ser referentes à atuação do Centro Paula Souza ocasionados pelo **desafio específico do exercício criativo**, ou seja, **a Inova Paula Souza**. Foi isso que a FSB fez ao apontar que as ações da Inova Paula Souza não são



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

amplificadas por “não haver um esforço organizado no sentido de divulgar seus programas, as pessoas que o tornam realidade e seus resultados” e que a ausência de dados sobre inovação e empreendedorismo gera um distanciamento da população desses temas e, conseqüentemente, são um risco à imagem da Inova – afinal, de que serve uma política pública se ela não pode ser compreendida pelo contribuinte?

A recorrente apoia seu raciocínio em temas educacionais – avaliações, ENEM, protestos de alunos, entre outros – que sequer foram citados em sua própria proposta.

Mais uma vez, é preciso enfatizar que o tema do exercício criativo é a Inova Paula Souza, e não aspectos do Ensino Médio e do Ensino Superior – Etec e Fatecs – isolados.

Novamente, a recorrente GIUSTI demonstra que não compreendeu o desafio proposto para o exercício criativo e tenta projetar sua falta de discernimento na proposta da FSB, fato que confirma toda a tese esposada pela FSB em seu recurso.

Diante de todo o exposto, fica evidenciado à exaustão a improcedência dos recursos apresentados pela Partners e Giusti, motivo pelo qual aguarda a recorrente sejam julgados improcedentes.

Nestes termos,
P. Deferimento



Página 18



Franco de Menezes

A D V O G A D O S

São Paulo, 14 de novembro de 2019

Otávio Ventura
Diretor de Operações
RG: 12.407 145-7
CPF: 090.850.597-39

FSB DIVULGAÇÃO LTDA
OTÁVIO DOS SANTOS VENTURA DA SILVA
ADMINISTRADOR

EMERSON FRANCO DE MENEZES

ADVOGADO

OAB SP 133.039 / OAB DF 52.306

