

**AO SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA
PREFEITURA DE TIMBÓ - SC**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 19/2017-SAMAE

Objeto: Interpõe Recurso nos autos da Concorrência Pública nº 19/2017-SAMAE.

TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 19.786.204/0001-28, com sede no Município de Videira/SC, à Rua Brasil, nº 370, Sala 403, já qualificada nos autos do processo licitatório acima epigrafado, vem respeitosamente, à presença de Vossas Senhorias, por seu representante legal Thiarles Reginaldo de Souza, igualmente já qualificado, no prazo legal de manifestação, interpor **RECURSO**, pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas:

01. DA TEMPESTIVIDADE:

Nos termos do que dispõe o artigo 109, I, "b", da Lei nº 8.666/1993, cabe recurso em relação ao julgamento das propostas, devendo ser interposto no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da Ata.

No presente caso, a ata de abertura dos envelopes nº 03 da Concorrência Pública nº 19/2017 – SAMAE foi publicada no Diário Oficial dos Municípios em 20/02/2018 (terça-feira), iniciando-se o prazo de recurso em 21/02/2018 (quarta-feira) e encerrando-se em 27/02/2018 (terça-feira).

Por esta razão, o recurso apresentado nesta data é tempestivo.

02. DO EQUÍVOCO COMETIDO PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA NA AVALIAÇÃO DO QUESITO “CAPACIDADE DE ATENDIMENTO”, ALÍNEA “B” – NECESSÁRIA REVISÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS ÀS LICITANTES:

No item 12 do Edital da Concorrência nº 19/2017-SAMAE, estão especificados os critérios de julgamento das propostas técnicas. Preveem os subitens 12.4 e 12.5, *in verbis*:

12.4 - O julgamento técnico será realizado pela Subcomissão Técnica e obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico nos moldes a seguir:

12.4.1 - Na apreciação das propostas técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, baseada no briefing (Anexo II), sendo recebido o máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

(...)

12.4.1.2 - Conjunto de Informações (máximo de 20 - vinte – pontos no total)

I - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 - dez- pontos), relativos a:

(...)

b) Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços; máximo de 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;

(...)

12.5 - A Subcomissão Técnica irá lavrar ata circunstanciada com a nota atribuída às propostas analisadas, bem como as razões das desclassificadas, se houver, encaminhando à Comissão de Licitações, as planilhas com as pontuações e a justificativa das razões que as fundamentaram (art. 11, § 4º, incisos V e VI da Lei n.º 12.232/2010). (Grifos e destaques do subscritor)

Conforme se vê da planilha contendo as pontuações das agências licitantes, relativamente ao envelope nº 02, item “*capacidade de atendimento*”, alínea “*b*”, a Recorrente Tempero Propaganda restou pontuada com nota 3,4, enquanto a sua concorrente, FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA., acumulou 7,5 pontos.

Trata-se, pois, do item em que se verifica maior discrepância de notas.

A justificativa apresentada na ata de avaliação das propostas técnicas é a seguinte:

A proponente Tempero Propaganda apresentou a disponibilidade de equipe e estrutura geral **com limitação no aspecto de equipamentos**. A subcomissão considera ser bastante desafiador o funcionamento de uma agência com tantos funcionários e **apenas dois notebooks, um tablete e dois celulares**, uma vez que **a proponente não menciona, por exemplo, a existência de computadores pessoais**. (Grifos e destaques do subscritor)

Disso, já se verifica o enorme equívoco cometido pela Subcomissão Técnica em sua avaliação e, conseqüentemente, na atribuição de suas notas.

O instrumental técnico da Recorrente não se limita a dois notebooks, um tablete e dois celulares.

Colhe-se da proposta técnica apresentada pela Recorrente a existência dos seguintes equipamentos:

Também destaca-se pelo moderno edifício da sua sede, aonde encontram-se banco, escritórios e clínicas. Conta com sala ampla – são 110m² divididos entre banheiro masculino/feminino, cozinha estruturada com pia, forno microondas e aquecedor elétrico de água, **sala de reunião com oito lugares, ar-condicionado e TV para apresentação dos projetos e campanhas, área de descontração, recepção e espaçoso setor de criação, contando com equipamentos modernos que oferecem suporte completo ao desenvolvimento dos trabalhos oferecidos, totalizando oito computadores adaptados para cada função da agência, impressora colorida multifuncional com tamanho de impressão até formato A3, ar-condicionado, frigobar, dois celulares iPhone, um tablet Samsung, uma câmera Nikon D3200 com lente 18-55mm e 50mm, dois notebooks e duas mesas digitalizadoras. Os computadores estão conectados a uma rede de compartilhamento com todos os arquivos da agência, tendo ainda servidor pra backup (storage) com backup espelhado. Além disso possui avançados softwares para edição e criação de imagens, áudio e vídeo. Dispõe de rede Wi-fi e fibra ótica para conexão de internet. Possui também em seu espaço interno local pra produção de protótipos e testes, com mesa e ferramentas para execução de tais funções**. Há espaço físico disponível para expansão da agência em mais 50% do seu quadro atual. (Grifos e destaques do subscritor)

Ao contrário da análise realizada pela subcomissão técnica, a Recorrente dispõe de **OITO computadores**, além de **inúmeros outros equipamentos** que, ao que parece, foram simplesmente desconsiderados na atribuição de notas pelos julgadores.

É necessário observar, ainda, que o comparativo entre os equipamentos descritos pela Agência FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. e aqueles da Recorrente TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME demonstra serem demasiadamente semelhantes, não havendo justificativa para a discrepância da pontuação atribuída.

Ambas as agências possuem computadores, impressoras, câmera fotográfica e televisão.

Diversos outros equipamentos mencionados pela Recorrente em sua proposta (celulares iPhone; tablet Samsung; dois notebooks; duas mesas digitalizadoras; computadores conectados a uma rede de compartilhamento com todos os arquivos da agência; servidor pra backup (storage) com backup espelhado; avançados softwares para edição e criação de imagens, áudio e vídeo; rede Wi-fi e fibra ótica para conexão de internet; espaço interno local pra produção de protótipos e testes, com mesa e ferramentas para execução de tais funções) sequer constam da proposta da empresa FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA., o que justifica, inclusive, a atribuição de notas maiores à Recorrente e menores à agência concorrente.

Tudo isso, aparentemente, foi desconsiderado pela subcomissão técnica no momento da avaliação pelas julgadoras Cristina e Jessica.

Diametralmente oposta foi a avaliação do julgador Edson, que pontuou as agências com apenas um décimo de diferença, o que corrobora, inclusive, os equívocos apontados pela Recorrente.

Com o devido respeito, manter-se o julgamento das propostas, sem a correção apontada pela Recorrente, importaria em **violação ao princípio da igualdade entre os licitantes**, impeditivo da discriminação entre os participantes do certame, quer através de cláusulas que, no edital, favoreçam uns em detrimento de outros, quer **mediante julgamento que desiguale os iguais ou iguale os desiguais** (artigo 3º, § 1º, da Lei nº 8.666/1993).

No caso em análise, a subcomissão técnica acabou por desigualar concorrentes que estão em pé de igualdade.

O critério a ser avaliado é a capacidade de atendimento às necessidades do SAMAE, detalhadas no Edital da Concorrência nº 19/2017.

E a proposta apresentada pela Recorrente comprova sua capacidade de prestar os serviços licitados.

A Recorrente é empresa atuante no mercado há mais de três anos, contando com, aproximadamente, 15 (quinze) clientes fixos, dentre os quais grandes empresas e Municípios da Região, relacionadas em sua proposta técnica.

Se alguma dúvida houvesse em relação às informações prestadas pela Recorrente, bastaria à Comissão de Licitações e à Subcomissão Técnica realizar visita à empresa, para confirmação das informações prestadas, conforme autoriza o disposto no subitem 7.3.1.1, obs., II, do Edital da Concorrência nº 19/2017-SAMAE: *“ii. A Comissão Permanente de Licitação poderá visitar a qualquer momento a empresa licitante para confirmação de suas informações”*.

Não é demais lembrar, que o número de computadores não é requisito fixado no edital para a avaliação das propostas, não podendo fazê-lo a subcomissão técnica, sob pena de **violação ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório**.

Prevê o artigo 3º da Lei de Licitações, que regulamentou o disposto no artigo 37, XXI, da Constituição Federal:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da **vinculação ao instrumento convocatório**, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos. (Grifos e destaques do subscritor)

Ainda, prevê o artigo 41 da mesma Lei que *“Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada”* (Grifos e destaques do subscritor).

A esse respeito, ensina o professor Hely Lopes Meirelles, em sua obra Direito Administrativo Brasileiro, que “... a vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital a forma e o modo de participação dos licitantes e no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento se afastasse do estabelecido, ou admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu” (MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 35ª Edição. Malheiros Editores. São Paulo, 2009, p. 277).

Portanto, se o critério previsto no Edital é a capacidade de atendimento, não pode a subcomissão técnica justificar sua avaliação unicamente com base na existência de computadores, informação, aliás, que sequer condiz com a documentação apresentada.

O prejuízo causado à Recorrente é inegável e merece ser reparado.

Pelo exposto, pede a Recorrente a revisão das notas atribuídas pela subcomissão técnica ao quesito “capacidade de atendimento”, alínea “b”, de ambas as empresas licitantes, atentando-se, desta vez, para a totalidade dos equipamentos apontados na proposta técnica da Recorrente.

03. DO EQUÍVOCO COMETIDO PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA NA AVALIAÇÃO DO QUESITO “CAPACIDADE DE ATENDIMENTO”, ALÍNEA “C” – NECESSÁRIA REVISÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS ÀS LICITANTES:

No item 12 do Edital da Concorrência nº 19/2017-SAMAE, estão especificados os critérios de julgamento das propostas técnicas. Preveem os subitens 12.4 e 12.5, *in verbis*:

12.4 - O julgamento técnico será realizado pela Subcomissão Técnica e obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico nos moldes a seguir:

12.4.1 - Na apreciação das propostas técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, baseada no briefing (Anexo II), sendo recebido o máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

(...)

12.4.1.2 - Conjunto de Informações (máximo de 20 - vinte – pontos no total)

I - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 - dez- pontos), relativos a:

(...)

c) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o SAMAE e a licitante, esquematizado na Proposta; máximo de 2,5 (dois vírgula cinco) pontos:

(...)

12.5 - A Subcomissão Técnica irá lavrar ata circunstanciada com a nota atribuída às propostas analisadas, bem como as razões das desclassificadas, se houver, encaminhando à Comissão de Licitações, as planilhas com as pontuações e a justificativa das razões que as fundamentaram (art. 11, § 4º, incisos V e VI da Lei n.º 12.232/2010). (Grifos e destaques do subscritor)

Conforme se vê da planilha contendo as pontuações das agências licitantes, relativamente ao envelope nº 02, item “*capacidade de atendimento*”, alínea “c”, a Recorrente TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME restou pontuada com nota 6,5, enquanto a sua concorrente FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. acumulou 7,4 pontos.

A justificativa apresentada na ata de avaliação das propostas técnicas é a seguinte: “(...) a proponente Free Comunicação (...) **propõe-se a realizar o atendimento de maneira rápida**, com os seguintes prazos: *Em condições normais de trabalho, a agência compromete-se a realizar o atendimento ao cliente em até 24 horas, apresentar todos os serviços de criação de peças avulsas em até 2 dias úteis, produzir as campanhas em 5 dias úteis e elaborar o plano de mídia e social media em 2 dias úteis* **(dependendo do porte da campanha)**” (Grifos e destaques do subscritor).

Disso, não se pode afirmar que os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho pela licitante Free serão os ali indicados, tendo em vista que **dependem do porte da campanha**.

Nas entrelinhas, a licitante FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. acabou por incluir em sua proposta critério completamente subjetivo, que não permite à subcomissão técnica avaliar, de fato, quais os prazos a serem praticados, caso sagre-se vencedora do certame.

Ao que parece, a empresa FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. apresentou prazos extremamente curtos, com o nítido intuito de impressionar a subcomissão técnica. Esqueceu-se, porém, de informar os prazos reais para execução do serviço com qualidade, levando em conta produção e revisão, “*em condições normais de trabalho*”, como exige o Edital.

Ao revés, a Recorrente informou em sua proposta prazos compatíveis com a qualidade e o planejamento que o serviço exige, além de testes, aplicações e revisões antes de envio ao cliente, a saber: até 07 dias úteis para criação de campanha; de 04 a 05 dias úteis para criação de peças avulsas; até 03 dias úteis para produção de publicidade legal; e até 05 dias úteis para elaboração de plano de mídia.

Adiante, ressaltou que “Esses prazos podem ser ajustados conforme necessidade do cliente, podendo ser reduzidos ou estendidos. A Tempero Propaganda se compromete a prestar atendimento conforme necessidade do SAMAE Timbó, sempre colocando sua equipe à disposição” (Grifos e destaques do subscritor).

Ao contrário do que fez a licitante FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA., que indicou os prazos mínimos e, ao final, informou que podem ser estendidos, a Recorrente informou os prazos máximos para a entrega do material, inclusive considerando testes, aplicações e revisões antes de envio ao cliente, e ressaltou que o tempo pode ser reduzido, de acordo com a necessidade do SAMAE.

Tanto é assim, que o avaliador Edson pontuou a Recorrente com um décimo a mais (2,5) que a empresa licitante FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. (2,4)!

Mais uma vez, é evidente o prejuízo injustificável causado à Recorrente, merecendo ser reparado.

Pelo exposto, pede a Recorrente a revisão das notas atribuídas pela subcomissão técnica ao quesito “*capacidade de atendimento*”, alínea “c”, de ambas as empresas licitantes.

04. DO EQUÍVOCO COMETIDO PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA NA AVALIAÇÃO DO QUESITO “ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA”, ALÍNEA “D” – NECESSÁRIA REVISÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS ÀS LICITANTES:

No item 12 do Edital da Concorrência nº 19/2017-SAMAE, estão especificados os critérios de julgamento das propostas técnicas. Prevê o subitem 12.4 e 12.5, *in verbis*:

12.4 - O julgamento técnico será realizado pela Subcomissão Técnica e obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico nos moldes a seguir:

12.4.1 - Na apreciação das propostas técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, baseada no briefing (Anexo II), sendo recebido o máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

12.4.1.1 - Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 80 - oitenta – pontos no total).

(...)

IV - Estratégia de mídia e não mídia: máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:

(...)

d) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças:

(...)

12.5 - A Subcomissão Técnica irá lavrar ata circunstanciada com a nota atribuída às propostas analisadas, bem como as razões das desclassificadas, se houver, encaminhando à Comissão de Licitações, as planilhas com as pontuações e a justificativa das razões que as fundamentaram (art. 11, § 4º, incisos V e VI da Lei n.º 12.232/2010). (Grifos e destaques do subscritor)

Conforme se vê da planilha contendo as pontuações das agências licitantes, relativamente ao envelope nº 01, item “*estratégia de mídia*”, alínea “d”, a Recorrente *Tempero Propaganda* restou pontuada com nota 9, de um máximo de 12 pontos.

A justificativa apresentada na ata de avaliação das propostas técnicas é a seguinte: “4) *Nos valores apresentados, a proposta da campanha “SEPARE” considerou a publicação no Jornal Café Impresso sem o BV da agência (...) Também no valor de produção do spot há uma inconsistência, na*

Houve prévia negociação entre o Jornal e a licitante Recorrente, demonstrando o poder de negociação da Agência em favor do cliente, pois, geralmente, os veículos apresentam valores diferenciados para cada cliente, cabendo à Agência ser estratégica e buscar a proposta mais vantajosa.

Igualmente, em relação ao valor de produção de spot, merece reparos a avaliação da subcomissão técnica. Mais uma vez, utilizou-se de presunções para afirmar que o montante seria insuficiente para a prestação do serviço.

A Recorrente esclarece que conta com produtora parceira na cidade, o que pode ser comprovado por declaração ou qualquer outro meio que a subcomissão entender necessário, que pratica valores acessíveis e realistas com a economia atual, produzindo pelo valor indicado na proposta spots de qualidade e com até duas vezes, já que os produtores possuem banco de talentos local, ajudando a reduzir os custos.

Portanto, as observações da subcomissão técnica aqui impugnadas merecem ser revistas.

Por fim, a avaliação da subcomissão técnica no mesmo quesito “*estratégia de mídia*”, alínea “*d*”, merece revisão também em relação a um terceiro aspecto.

Colhe-se da mesma Ata de avaliação das propostas técnicas, envelope nº 01, que na campanha “*LIXO*”, apresentada pela licitante FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA., “*A proponente aplica o desconto nos custos internos. A comissão não localizou no edital impedimento a essa prática*” (Grifos e destaques do subscritor).

Trata-se de equívoco da subcomissão técnica melhor pontuar a proposta da empresa FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. por ter aplicado desconto nos custos internos.

Ora, o Edital da Concorrência nº 19/2017-SAMAE pode não vedar essa prática. Porém, tal critério de julgamento não está previsto no item 12, razão pela qual não pode a subcomissão técnica dele se utilizar para julgar a proposta da licitante FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA.

O Ato Convocatório nem deveria conter tal previsão, já que uma agência poderia aplicar um grande desconto na campanha simulada, parecendo mais vantajosa, e outro desconto, menor, na proposta real apresentada caso sagre-se vencedora.

E, se o edital não prevê desconto como critério de julgamento, não compete à subcomissão técnica fazê-lo!

Compete-lhe, isto sim, julgar o certame em estrita consonância com o Edital e os princípios que regem os procedimentos administrativos, rente ao disposto no artigo 41 da Lei nº 8.666/93, *in verbis*:

Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada. (Grifos e destaques do subscritor)

Ensina o Professor 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 inviabilidade destes últimos. Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação. Viola os princípios norteadores da atividade administrativa, tais como a legalidade, a moralidade e a isonomia” (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. 14ª Edição, São Paulo: Dialética, 2010) (Grifos e destaques do subscritor).

Hely Lopes Meirelles, em sua obra Direito Administrativo Brasileiro, ensina que *“... a vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital a forma e o modo de participação dos licitantes e no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento se afastasse do estabelecido, ou admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu”* (MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 35ª Edição. Malheiros Editores. São Paulo, 2009, p. 277).

No mesmo sentido têm-se pronunciado os tribunais superiores, a exemplo da decisão cujo trecho segue transcrito:

Consoante dispõe o art. 41 da Lei 8.666/93, a Administração encontra-se estritamente vinculada ao edital de licitação, não podendo descumprir as normas e condições dele constantes. É o instrumento convocatório que dá validade aos atos administrativos praticados no curso da

licitação, de modo que o descumprimento às suas regras deverá ser reprimido. Não pode a Administração ignorar tais regras sob o argumento de que seriam viciadas ou inadequadas (...). (STJ – MS nº 13.005/DF, 1ª S., Rel. Min. Denise Arruda, Dje de 17.11.2008) (Grifos e destaques do subscritor).

A Administração deve guiar-se pelo princípio do julgamento objetivo, previsto nos artigos 3º, 44 e 45, todos da Lei nº 8.666/93, que, nas palavras de Maria Sylvia Zanella Di Pietro, indica que o “*julgamento das propostas há de ser feito de acordo com os critérios fixados no edital*”.

Um julgamento subjetivo, além de afrontar os princípios acima referidos, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas, fere os princípios da legalidade, moralidade e, principalmente, da isonomia.

Ora, não pode a Licitante ser beneficiada com a avaliação de item não exigido pelo edital!

Portanto, evidenciados novos prejuízos injustificáveis causados à Recorrente, merecem ser revistas as notas atribuídas pela subcomissão técnica a ambas as licitantes, no quesito “*estratégia de mídia e não mídia*”, alínea “d”.

05. DO DESCUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO SUBITEM 7.5 DO EDITAL PELA AGÊNCIA FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. – INCLUSÃO DE DESCONTO NA TABELA DE MÍDIA DA CAMPANHA SIMULADA – INEXISTÊNCIA DE PREVISÃO EDITALÍCIA – FACILITAÇÃO DA IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE - NECESSÁRIA DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE EM OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO ARTIGO 6º, XII E XIV DA LEI Nº 12.232/2010 – RESPEITO AO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO:

Dispõe o subitem 7.5 do Edital que “*O descumprimento de qualquer item da proposta técnica implicará na desclassificação automática da proponente, após ser intimada para apresentar defesa e esta for julgada improcedente*”. Em complemento, dispõe o subitem 7.5.1:

7.5.1 - Caracteriza o descumprimento a inobservância de qualquer uma das regras transcritas neste edital para elaboração das propostas, em especial a aposição de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação da proponente no envelope 01 e em seu respectivo conteúdo, ou

que no envelope 02 possa identificar ou correlacionar de alguma forma o proponente como autor do conteúdo do envelope 01. (Grifos e destaques do subscritor)

No caso em análise, a empresa FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. não observou as regras transcritas no Edital quando incluiu desconto na tabela de mídia da campanha simulada, sendo, inclusive, indevidamente pontuada em relação a critério que não se encontra previsto no Ato Convocatório.

O desconto foi proposto com a nítida intenção de beneficiar-se, influenciando equivocadamente a subcomissão técnica por apresentar a proposta simulada mais vantajosa.

Além disso, indicar percentual de desconto na campanha simulada, quando o edital sequer faz tal exigência, leva a crer que a licitante está antecipando o percentual de desconto aplicado em sua tabela de preços, em nítida afronta ao subitem 7.5.1 anteriormente transcrito.

Ao que parece, buscou a licitante identificar-se à Comissão de Licitação e à Subcomissão Técnica, em nítido desrespeito ao que prevê o artigo 6º, XII, da Lei nº 12.232/2010, segundo o qual *“XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei”*.

A intenção do legislador de proibir a identificação dos licitantes autores dos planos de comunicação é evidente e foi ressaltada inúmeras vezes durante a tramitação do Projeto de Lei que deu origem à mencionada Lei nº 12.232/10. Colhe-se trecho de autoria do Deputado Federal José Eduardo Cardozo, autor do Projeto de Lei, que *“(…) Dentro dos mesmos objetivos, o projeto busca, ainda, alterar o processamento da licitação de serviços de publicidade, fazendo com que, durante o julgamento da proposta técnica sejam desconhecidos, dos membros da comissão de licitação, os autores das propostas que serão julgadas”* (Destaques do subscritor).

Dada a sua importância, tal aspecto também foi destacado no Relatório que recomendou a aprovação do Projeto de Lei na Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público da Câmara dos Deputados. Confira-se:

O projeto de lei em exame, com o propósito de evitar desvirtuamentos nas licitações de serviços de publicidade, institui criteriosa sistemática de seleção de projetos de publicidade e de controle da execução dos contratos decorrentes, devendo, entre outros pontos, ser destacados os seguintes:

- Composição da comissão especial de licitação feita por sorteio, em sessão pública, com a escolha de cinco membros entre quinze cadastrados, o que permite a prevalência do princípio da impessoalidade.
- Utilização de metodologia para recebimento de propostas técnicas (partes dissertativa e artística) que impeça a prévia identificação dos proponentes, o que enfatiza, mais uma vez, o princípio da impessoalidade.
- Adoção obrigatória de licitação dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, em atenção aos princípios constitucionais da eficiência e da economicidade.

Todos esses elementos atestam a nítida pretensão moralizadora e a feição de modernização contidas no Projeto de Lei nº 3.305, de 2008.

Dessa forma, por todo o exposto, manifestamo-nos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.305, de 2008, com fundamento no art. 129, inciso II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

A propósito, o inciso XIV do art. 6º da Lei nº 12.232/10 também é categórico e peremptório ao prescrever a desclassificação dos licitantes que desatenderem aos incisos XII e XIII do mesmo artigo.

Para o Professor Joel de Menezes Niebuhr, “*A identificação das propostas técnicas, ainda que por elementos indiretos, em face do descumprimento das exigências de padronização, importa na desclassificação das respectivas propostas*” (NIEBUHR, Joel de Menezes. Julgamento de licitações públicas de publicidade. Portal Jurídico Investidura, Florianópolis/SC, 21 Mar. 2011. Disponível em: investidura.com.br/biblioteca-juridica/artigos/direito-administrativo/180750-julgamento-de-licitacoes-publicas-de-publicidade. Acesso em: 29 Dez. 2017) (Grifos e destaques do subscritor).

Manter a classificação da agência FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. viola o **princípio da vinculação ao instrumento convocatório**, já tratado no item anterior, ao qual se faz referência para evitar repetição desnecessária de argumentos.

Tais princípios e normas merecem especial atenção, principalmente no presente caso, em que apenas duas Agências participam do certame. Ao mínimo sinal, restará identificada a licitante autora da proposta, o que, sob nenhuma justificativa, pode ser admitido.

Por estas razões, a empresa FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. merece ser desclassificada do certame, em respeito à legislação que rege a matéria, ao Edital e aos princípios ordenadores dos processos licitatórios, em especial os da isonomia, da competitividade e do julgamento objetivo das propostas.

06. DOS REQUERIMENTOS:

Por todo o exposto, pede a Recorrente que sejam conhecidas as razões do presente Recurso, dando-lhe provimento, para o fim de:

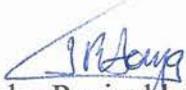
- a) desclassificar a empresa FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA., por descumprir o disposto no subitem 7.5 do Edital; e
- b) caso assim não entendam Vossas Senhorias, pede que sejam reavaliadas as propostas de ambas as Licitantes nos quesitos “capacidade de atendimento”, alíneas “b” e “c”, e “estratégia de mídia e não mídia”, alínea “d”, por todas as razões anteriormente expostas.

Outrossim, lastreada nas razões recursais, requer-se que a Comissão de Licitações reconsidere sua decisão e, não sendo este o entendimento, faça este Recurso subir, devidamente informado, à autoridade superior, em conformidade com o disposto no § 4º do artigo 109 da Lei nº 8.666/93, observando-se ainda o disposto no § 3º do mesmo artigo.

Termos em que, pede deferimento.

Videira/SC, 26 de fevereiro de 2018.

19.786.204/0001 - 287
TEMPERO PROPAGANDA LTDA - ME
RUA BRASIL, Nº 370 - SALA 403
CENTRO - CEP: 89.560 - 000
VIDEIRA - SC


Thiarles Reginaldo de Souza

Diretor - Tempero Propaganda Ltda ME.