

Ilustríssimos Senhor Presidente da Comissão Permanente de Licitação de Abelardo Luz – Estado de Santa Catarina.

Ref.: Edital de Licitação, Processo Licitatório n.º 025/2021, Tomada de Preço n.º 003/2021

FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº 08.871.432/0001-80, com sede na Rua Rui Barbosa, nº 489, Centro, Fone 049 3344 2131, na cidade de São Lourenço do Oeste - SC, estado de Santa Catarina, por seu representante legal infra-assinado, tempestivamente, vem, com fulcro no inciso I, do art. 109, da Lei nº 8666 / 93, à presença de Vossas Senhorias, a fim de interpor

RECURSO ADMINISTRATIVO,

Contra a **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA**, o que faz declinando os motivos de seu inconformismo no articulado a seguir.

I – DOS FATOS SUBJACENTES

A empresa Recorrente, sediada em São Lourenço do Oeste/SC, habilitou-se para participar de certame licitatório promovido pelo Município de Abelardo Luz - SC, objetivando a contratação de agência de publicidade para fornecimento dos serviços de propaganda para o Município, conforme estabelece a Lei n. 12.232 de 29 de abril de 2010, decreto 4.680/65, Decreto 57.690/66, Decreto 4.563/02 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão, e demais legislações pertinentes à

P

matéria, objeto do Processo Licitatório nº 025/2021, Tomada de Preço n.º 003/2021).

Atendendo à convocação dessa Instituição para o certame licitacional supramencionado, veio a recorrente dele participar com outras licitantes, pelo que apresentou proposta almejando ser contratada.

Na oportunidade, credenciaram-se juntamente com a Recorrente a Empresa Agência de Publicidade TIG Ltda., tendo sido na mesma ocasião recebidos os envelopes concernentes ao procedimento licitatório.

Realizada a abertura dos envelopes de nºs. 01 e 03, o primeiro no qual não deveria haver qualquer identificação e o segundo devidamente identificado, tendo sido procedido o encaminhamento dos mesmos para análise e avaliação do conteúdo por subcomissão técnica designada para tal fim.

Na sequência no dia 19/04/2021, a Subcomissão Técnica promoveu sessão de julgamento, ocasião em que elencou a pontuação obtida das agências participantes do processo Licitatório.

Ocorre que de uma minuciosa análise as disposições editalícias e as razões de convencimento apresentadas pelas competentes profissionais, elucidou-se descumprimento de requisitos previstos no ato convocatório, motivo pelo qual se mostrou necessária a presente interposição de recurso.

Nesta senda, tomando conhecimento da disponibilização da documentação relativa a avaliação técnica do Plano de Comunicação Publicitária, a Recorrente respeitosamente apresenta, tempestivamente, Recurso Administrativo, considerando a presença de irregularidades, conforme minuciosamente passa a discorrer, devendo sua proposta ser desclassificada ou ter suas notas reduzidas, conforme será demonstrada a seguir:

II – DA FUNDAMENTAÇÃO

Ressalta que a Licitação se revela como sendo uma atividade estatal de meio que, observando o princípio da isonomia dos Licitantes, busca especificadamente a obtenção da proposta mais vantajosa para a Administração.

A exigência legal de preservação do caráter competitivo do procedimento licitatório vem positivado no inciso I do § 1º, do art. 3º da Lei de regência, *in verbis*:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração 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.

Além disso, a Recorrente ampara sua pretensão nos princípios básicos contidos no art. 37, XXI, da Constituição Federal e no art. 3º da Lei 8.666/93 (Lei de Licitações), bem como na preservação dos princípios constitucionais da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, **da vinculação ao instrumento convocatório**, do julgamento objetivo e demais princípios correlatos às licitações públicas, *in verbis*:

Art. 37. A administração pública direta, indireta ou fundacional, de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e, também, ao seguinte: [...]

Complementando referidos dispositivos, o art. 41, caput, da Lei de Licitações e Contratos nos descreve que “*A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada*”.

Preocupado com Licitações referentes a Agências de Publicidade e Propaganda, optou o Legislador em criar norma específica para tal, tendo em 2010 sido publicada a Lei n. 12.232/2010, que regula normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda, que deve ser atentamente

P

observado em qualquer certame licitatório relacionado a referidos objetos, o que não está sendo feito na presente ocasião.

A Licitação destina-se a garantia da observância do princípio constitucional da isonomia (art. 3º, LLC), este não observado no presente certame quando objetiva legalizar cristalinas infringências a textos normativos da Legislação.

3 - DAS RAZÕES DA REFORMA

A Empresa Agência de Publicidade Tig Ltda. deve ser desclassificada ou deve ser reduzida a sua pontuação em razão do não cumprimento correto dos requisitos descritos no Edital de Licitação, Processo Licitatório 025/2021, Tomada de Preço n.º 003/2021, conforme passamos a expor:

1 - Do Item 7 - CONTEÚDO E FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº. 1, 2 E 3).

Quando do Item 7.2.4.2, o Edital de assim solicitou:

7.2.4.2 Na formulação dos custos da campanha simulada, deverão ser considerados os valores da Tabela Referencial de Preços em vigência do SINAPRO/SC. (...)

Ocorre que a Empresa Recorrida – Agência de Publicidade TIG Ltda., na página 13 do Envelope n.º 1, fez constar o valor do Spot de Rádio, diverso do solicitado, fazendo constar item H – 12, da Tabela SINAPRO, a qual refere-se a Spot (texto simples/Comunicados – Até 60”, no valor de R\$ 2.029,99 (dois mil e vinte e nove com noventa e nove centavos), o qual é utilizado somente para “COMUNICADO”, e não para Campanha Publicitária.

O correto de acordo com o solicitado no Edital, referia-se ao item H 13 – Da Tabela SINAPRO, a qual refere-se a Spot (texto com enredo) até 60”, no valor de R\$ 2.748,39 (dois mil, setecentos e quarenta e oito reais e trinta e nove centavos), o qual é utilizado para “Campanha Publicitária”.

P

Destaca, Senhores, que caso fosse utilizado o valor correto do Spot descrito no item H – 13 da Tabela SINAPRO – R\$ 2.748,39, o valor somado com os demais itens solicitados no Edital, ultrapassaria o limite de R\$ 15.000,00 descrito no Edital, pois teríamos o valor de R\$ 15.455,14, valor este que ultrapassa o solicitado no Edital:

X – Valor da Verba será de R\$15.000,00 (quinze mil reais) para a Campanha Simulada. Nela deverão estar incluídos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da licitante.

Para melhor elucidar, foi feito um Print do quadro apresentado pela recorrida, e nele descrito em vermelho como ficaria, caso fosse utilizado os valores corretos, conforme simulação abaixo:

Quadro Resumo do Plano de Mídia

| Meio | Qtde/ Inserções | Custo Interno | Custo Terceiro | Custo Honorário | Valor total |
|--|--------------------|------------------------|----------------|-----------------|---------------|
| | | R\$ 2.748,39 - Correto | | | R\$ 718,40 |
| Rádios | 40 | R\$ 2.029,99 | R\$ 170,00 | R\$ 30,00 | R\$ 2.229,99 |
| Outdoors | 1 | R\$ 3.808,82 | R\$ 297,50 | R\$ 52,50 | R\$ 4.158,82 |
| Fotos | 3 | R\$ - | R\$ 170,00 | R\$ 30,00 | R\$ 200,00 |
| Facebook | 1 | R\$ 1.004,16 | R\$ - | R\$ - | R\$ 1.004,16 |
| Slogan | 1 | R\$ 3.670,72 | R\$ - | R\$ - | R\$ 3.670,72 |
| Total dos custos de produção | | | | | R\$ 11.263,69 |
| Total dos custos de veiculação (incluindo o desconto de agência) | | | | | R\$ 3.473,05 |
| Total Geral | | | | | R\$ 14.736,74 |

R\$ 718,40
15.455,14 - Total

Dessa forma, restou comprovado que, caso utilizado os valores corretos no Quadro de Resumo do Plano de Mídia, ultrapassaria o valor solicitado no edital.

Sendo assim, como a recorrida, lançou valores diversos do solicitados no edital, os quais ultrapassam o valor solicitado, a mesma deve ser desclassificada, ou no mínimo ter redução da sua nota, em relação ao referido item.

P

No mesmo item 7.2.4.2, o Edital determina a porcentagem de honorários sobre os serviços externos em 15% incidentes sobre os serviços e suprimento externos contratado com quaisquer fornecedores., conforme Edital:

7.2.4.2 – (...) . No que concerne aos honorários sobre os serviços externos, devem ser considerados honorários de 15% (quinze por cento), incidentes sobre os serviços e suprimentos externos contratados com quaisquer fornecedores. No que concerne aos preços dos veículos de comunicação e Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, deverão ser considerados os valores de tabela cheia vigentes na data de publicação desta licitação. (grifo nosso).

Ocorre, que a empresa recorrida, quando da apresentação dos valores do Quadro Resumo de Plano de Mídia, apresentou porcentagem diversa do solicitado no Edital, em relação aos custos de terceiros, lançou:

| Meio | Custo de terceiro | Honorários | Correto é 15% |
|----------|-------------------|------------|---------------|
| Rádio | R\$ 170,00 | R\$ 30,00 | R\$ 25,50 |
| Outdoors | R\$ 297,50 | R\$ 52,50 | R\$ 44,62 |
| Fotos | R\$ 170,00 | R\$ 30,00 | R\$ 25,50 |

Dessa forma, a recorrida está onerando o Município, cobrando valores superiores ao solicitado no Edital.

Sendo assim, devem ser reduzidos os pontos em relação ao referido item, uma vez que realizado fora do descrito no Edital.

Dessa forma, como a Empresa Recorrida, descumpriu os itens acima descritos, a mesma deve ser desclassificada, pois que deixou de cumprir corretamente o disposto no edital.

Caso não seja esse o entendimento de Vossas Senhorias, deve a Empresa Agência de Publicidade TIG Ltda., ter sua pontuação reduzida, em função do não cumprimento corretamente o Edital Licitatório.

III – DO PEDIDO

Em face do exposto considerando que a Empresa Agência de Publicidade TIG Ltda, descumpriu diversos itens descritos no Edital Licitatório – Processo Licitatório 025/2021, Tomada de Preço 003/2021, requer-se o **provimento** do presente recurso, com efeito para, com fundamento na Lei nº 8666/93, e demais dispositivos do Edital, **DESCCLASSIFICAR A EMPRESA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA**, do processo Licitatório acima descrito.

Subsidiariamente, caso haja entendimento pela não desclassificação operada no item anterior, requer-se a realização de uma minuciosa revisão da pontuação atribuída as Licitantes, conforme exaustivamente demonstrado nesta peça recursal, devendo ser reduzida a sua pontuação em relação aos itens recorridos.

Outrossim, amparada nas razões recursais, requer-se que essa Comissão de Licitação a desclassificação da Empresa Agência de Publicidade TIG Ltda e, na hipótese não esperada disso não ocorrer, faça este subir à autoridade superior em consonância com o previsto no § 4º, do art. 109, da Lei nº 8666/93, comunicando-se aos demais licitantes para as devidas impugnações, se assim o desejarem, conforme previsto no § 3º, do mesmo artigo do Estatuto.

Nestes Termos
P. Deferimento

São Lourenço do Oeste – SC, 22 de abril de 2021.



FAVERI AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA
P/P Representante – Jonatas Pertile de Faveri