

À Sra.

**PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
PREFEITURA DE OTACÍLIO COSTA**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 025/2023
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023**

**Objeto: INTERPÕE RECURSO NOS AUTOS DO PROCESSO LICITATÓRIO,
MODALIDADE CONCORRÊNCIA**

TEMPERO PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, devidamente 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 em epígrafe, vem, respeitosamente, à presença de Vossas Senhorias, por seu representante legal THARLES REGINALDO DE SOUZA, igualmente já qualificado, no prazo legal de manifestação, interpor **RECURSO**, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas:

01 – DA TEMPESTIVIDADE

Nos termos do que dispõem o item 22 do Edital e 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 foi encaminhada às Agências Licitantes no dia 29/08/2023. O prazo recursal, portanto, iniciou-se em 30/08/2023, findando, portanto, em 05/09/2023.

Por essa razão, o recurso apresentado nessa data (05/09/2023) é tempestivo.

02 – DA SÍNTESE FÁTICA

A Prefeitura de Otacílio Costa lançou licitação na modalidade Concorrência Pública, do tipo Melhor Técnica e Melhor Preço, conforme Edital.

Apresentaram propostas as empresas: D’SANTA MULTICOMUNICAÇÃO LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA, que após abertura do resultado da primeira etapa restaram assim classificadas:

LICITANTE	INVÓLUCRO 01	INVÓLUCRO 03	SOMA 01 + 03
D'SANTA MULTICOMUNICAÇÃO	4.185	1.055	5.240
TEMPERO PROPAGANDA	4.245	1.175	5.420

Ocorre que a empresa classificada em segundo lugar descumpriu os requisitos do Edital, devendo ser desclassificada, como será exposto a seguir.

03 – DA APRESENTAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA EM DESACORDO COM O EXIGIDO NO EDITAL:

Prevê o item 6.6 do edital quanto à formatação da tabela da última página:

6.6. Instruções relativas ao Plano de comunicação publicitária – simulação de campanha, que deverá atentar para as seguintes observações:

- a) Fica a critério do proponente a definição das praças a serem consideradas na simulação da campanha publicitária e da mídia. Entretanto, o período máximo de veiculação especificado no Briefing, deverá ser obedecido.
- b) Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, o proponente utilizará como referência a verba correspondente (Anexo – Briefing), apresentando-os conforme dispõe a tabela abaixo:
- c) A tabela referida na alínea “b” deste item poderá ter sua formatação a critério da licitante.
- d) A referida tabela, última página da proposta, deverá ser impressa na parte superior da folha, que não **poderá ser numerada**, com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

Ocorre que a empresa D'SANTA MULTICOMUNICAÇÃO LTDA não respeitou tal item, numerando a última página do seu Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada), onde consta a tabela, conforme vemos a seguir:

TEMPERO

PROPAGANDA

Meio	PEÇAS Qtde	CUSTOS (R\$)			Veiculação Total (R\$)
		Internos	Terceiros	Honorários (15% sobre custos de terceiros)	
Rádio	2	R\$ 3.247,98	R\$ 4.350,00	R\$ 652,50	R\$ 19.673,72
Jornal	1	R\$ 1.401,81	R\$ -	R\$ -	R\$ 13.643,52
Outdoor	1	R\$ 3.047,06	R\$ 1.280,00	R\$ 192,00	R\$ 7.600,00
Internet	4	R\$ 13.730,19	R\$ 8.200,00	R\$ 1.230,00	R\$ 14.500,00
Cartaz	1	R\$ 2.511,43	R\$ 972,00	R\$ 145,80	
Postagens	4	R\$ 3.213,31		R\$ -	
Total		R\$ 27.151,78	R\$ 14.802,00	R\$ 2.220,30	R\$ 55.417,24
Total Geral					R\$ 99.591,32

Além de ser critério de identificação, a apresentação viola os princípios da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia, da competitividade e do julgamento objetivo das propostas.

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).

Se não houver a equidade nos documentos contidos nos envelopes fechados apresentados, pode ocorrer a identificação prévia de alguma licitante, fato que viola o disposto no §2º, do art. 11, da Lei 12.232/2010.

Além disso, o edital é claro quanto à identificação e padronização das propostas:

3.1.2.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.**

A previsão editalícia coaduna-se com o disposto no artigo 6º, XII, da Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

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*” (Destques do subscritor).

Para casos como esse, o subitem 10.1.2 do Instrumento Convocatório prevê:

10.1.2. Será desclassificada a proposta técnica que se enquadrar em qualquer uma das seguintes situações:

a) não satisfizer as exigências fixadas neste Edital e seus anexos;

Portanto, diante do motivo exposto de não vinculação ao edital e diferenciação e possível identificação de sua proposta, deve a licitante D’SANTA MULTICOMUNICAÇÃO LTDA ser desclassificada.

04 – DA APRESENTAÇÃO DO REPERTÓRIO COM CONTEÚDO DISTINTO DO EXIGIDO NO EDITAL

Conforme dispõe o item 6.4. do edital:

6.4. Quanto à apresentação do repertório: O repertório traduz-se com a apresentação do conjunto de trabalhos efetivamente produzidos e veiculados pelo proponente, constituído **de uma campanha publicitária completa**, com todas as suas peças, atendido o seguinte:

a) **o trabalho** apresentado deve ser acompanhado obrigatoriamente de ficha técnica, com identificação do proponente, informando título, data ou período de veiculação, o problema de comunicação que se propôs a resolver e a indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu;

O edital é claro ao mencionar “**uma campanha**” e “**o trabalho**”, dessa forma deveria ser apresentado **01 (uma) campanha** completa com as peças, porém a D’SANTA

TEMPERO

PROPAGANDA

MULTICOMUNICAÇÃO LTDA apresentou **03 (três) clientes** diferentes no Repertório, descumprindo o edital. Vejamos:

Cliente 1



Cliente 2



Cliente 3



Portanto, não há outra decisão a ser tomada, senão a desclassificação da licitante D'SANTA MULTICOMUNICAÇÃO LTDA do presente processo licitatório. É o que se requer.

E, por fim, menciona-se que a Administração está condicionada à previsão editalícia. Não havendo outra decisão a ser tomada, senão a de desclassificar a agência Plena Serviços de Publicidade:

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

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)

05 – DOS PEDIDOS

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

- a) **DECLARAR** a **DECLASSIFICAÇÃO** da licitante **D'SANTA MULTICOMUNICAÇÃO LTDA.**, pelos fatos e fundamentos expostos;

Termos em que pede e espera deferimento.

Videira, SC, 05 de setembro de 2023

THIARLES REGINALDO DE SOUZA
DIRETOR - TEMPERO PROPAGANDA LTDA.