

**ILUSTRÍSSIMA SENHORA, SOELI MARIA CASTOLDI, PRESIDENTE DA
COMISSÃO DE LICITAÇÃO**

**EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 09/2020
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 67/2020**

**Ao Exmo. Sr. Prefeito Municipal de Palmitos
À Comissão Permanente de Licitações**

POLO PUBLICIDADE LTDA - ME, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 10.251.355/0001-07, com sede na Rua Almirante Tamandaré, 108, sala 02, centro, na cidade de São Miguel do Oeste, estado de Santa Catarina, por seu representante legal infra assinado, tempestivamente, vem, com fulcro na alínea §3º, do art. 109, da Lei nº 8666/93, à presença de Vossa Senhoria, a fim de interpor:

CONTRARRAZÕES

Ao recurso apresentado pela empresa **Tempero Propaganda Ltda**, perante essa distinta comissão.

DOS FATOS

As empresas recorrente e recorrida são concorrentes no processo licitatório proposto pelo Município de Palmitos, SC, realizada na modalidade Tomada de Preços para Compras e Serviços nº 09/2020, destinada a contratação de serviços de publicitários.

A empresa **Tempero Propaganda Ltda**, descontente com a avaliação apresentou recurso administrativo.



Entretanto, a POLO PUBLICIDADE LTDA – ME não concorda com as razões apresentadas pela recorrente assim, vem apresentar suas contrarrazões, a seguir.

DOS FUNDAMENTOS

Apresenta em seu recurso que, a empresa recorrida, descumpriu o edital uma vez que supostamente teria se utilizado de desconto para influenciar equivocadamente a subcomissão técnica por apresentar a proposta simulada mais vantajosa. Apresentando tabela de preços que afrontariam o subitem 4.1.3, uma vez que teria apresentado uma forma de marca ou sinal para identificação do proponente.

Ocorre ilustres julgadores que a empresa recorrente se equivoca ao alegar tal fundamento para requerer a desclassificação do recorrido. Apresenta como fundamento o que segue:

“O desconto acima de 30% em relação à Tabela Sinapro é inclusive condenado pelo próprio Sindicato das Agências de Propaganda (Sinapro) como pode ser observado no item 14 da Letra K – Disposições Gerais da Tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos nº 41:
Serão considerados como preço irrisório e prática desleal os percentuais superiores a 30% concedidos a título de desconto aos clientes/anunciantes, sejam públicos ou privados.”

E ainda alega que:

Na avaliação da subcomissão técnica os avaliadores inclusive citaram que a TEMPERO PROPAGANDA usou mais de 50% para custos internos, porém a agência seguiu rigorosamente o edital, e a Subcomissão Técnica, por não ter conhecimento ou por desatenção, desconsiderou esse item, o que merece ser revisto urgentemente. **Se fosse possível dar desconto, seria fácil então aplicar 90 ou 95% de desconto e parecer ser a proposta mais vantajosa.** Grifo nosso

Entretanto, deixa o recorrente de observar que o edital, o item 6.2 apresenta:

6.2. A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da Planilha de Preços, sujeitos à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas “a” e “b” inframencionadas, compreendendo:
a) **Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina (SINAPRO/SC), limitado a 80% (oitenta por cento);**



b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

6.3. Caso alguma participante conceda desconto ou proponha honorários acima dos limites estabelecidos, **será desclassificada**.

Assim, podemos observar que a empresa recorrida não deu desconto baseado em intenção de persuadir a comissão julgadora, uma vez que poderia assim como sugeriu o recorrente aplicar um desconto maior, entretanto aplicou os 80% de desconto conforme o subitem supracitado, sendo que esse desconto também deverá ser aplicado uma vez que os 80% são o limite requerido para apresentação da tomada de preço.

A sinalização da recorrente em apresentar o item 14 da Letra K – Disposições Gerais da Tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos nº 41, que apresenta que será considerada concorrência desleal a apresentação de descontos superiores a 30% da tabela, demonstra não conhecer o desconto requerido no edital.

Alega ainda, que deixou de usar a fonte “arial”, tamanho 12 pontos na numeração das páginas, o que fez a empresa recorrente descumprir o que pede o edital, uma vez que o mesmo é claro sobre a formatação que deve ser usada em toda a proposta técnica, porém, a empresa recorrente não teve a ideal atenção ao edital no que diz respeito ao subitem 4.3, uma vez que este apresenta:

4.3. O Plano de Comunicação Publicitária, previstos nos itens 4.1. e 4.2., deverão ser apresentados da seguinte forma, não podendo ultrapassar as 12 (doze) páginas previstas no Edital:

I- em papel sulfite A4, branco;

II - com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

III - com textos justificados;

IV - com espaçamento “simples” entre as linhas;

V - com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

VI - com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

VII - agrupadas, com grampeamento simples no canto superior à esquerda; e

VIII - sem identificação da licitante.

4.4. Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste Edital.

Conforme podemos observar, diferente do que alega o recorrente, o texto deve ser em fonte “arial”, tamanho 12, e não toda a proposta técnica, uma vez que o inciso VI é responsável pela referência acerca da numeração de página, apresentando que deve ser em algarismos arábicos, e no canto inferior direito da página, o inciso supracitado não fala que a numeração de páginas deve ser em determinada fonte e tamanho.

Para finalizar, a recorrente alega que é necessária redução das notas atribuídas já que a recorrida apresentou seu raciocínio básico em apenas meia página de conteúdo, sendo que era permitido até duas páginas.

Entretanto, o texto apresentado pela recorrida é claro e objetivo, e prestando atenção ao título do item, trata-se de "Raciocínio Básico" apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município, fato este que é exatamente o que foi requerido se propôs em seu texto apresentado. Sendo que não existe limite mínimo de texto apenas o máximo.

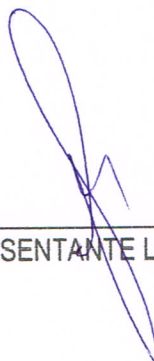
Em seu texto alega a recorrente que claramente "não falou do município, não trouxe dados ou informações relevante". Porém o raciocínio básico deve apresentar diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária, e não falar do município, conforme alega a recorrente.

PEDIDOS E REQUERIMENTOS

Diante de todo o exposto requer a Vossa Senhoria o conhecimento das presentes contrarrazões, julgando-o totalmente procedente, não dando provimento as alegações de mérito apresentadas pela empresa Tempero Propaganda Ltda.

Termos em que,
Pede deferimento.

Palmitos, SC, 01 de outubro de 2020.



REPRESENTANTE LEGAL