



RESPOSTA AO RECURSO

As empresas TEMPERO PROPAGANDA LTDA (CNPJ nº 19.786.204/0001-28), AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA (CNPJ nº 14.175.362/0001-28 e POLO PUBLICIDADE LTDA - ME (CNPJ nº 10.251.355/0001-07), apresentaram RECURSO ADMINISTRATIVO, através do qual pugnam pela desclassificação das empresas concorrentes junto Processo Licitatório nº 83/2020, na modalidade de Tomada de Preço nº 13/2020.

É o necessário relatório.

I - DA TEMPESTIVIDADE:

Verifica-se que a Ata de Reunião da Comissão de Licitação nº 71/2020 (Sequência: 3), que declinou a ordem de classificação das propostas técnica, está datada de 17/09/2020, portanto, a partir desta data inicia a contagem para apresentação das razões recursais.

De outro turno, observa-se que os recursos foram recebidos nesta municipalidade, respectivamente, em 22/09/2020, 23/09/2020 e 23/09/2020.

Assim, tem-se por suas tempestividades, eis que a apresentação das peças recursais ocorreu antes do esgotamento do prazo de 5 (cinco) dias úteis, razão pela qual os recursos devem ser conhecidos.

II - DO MÉRITO:

Inicialmente, oportuno mencionar que todas as empresas licitantes interpuseram recurso administrativo à decisão da comissão técnica.

Assim, para que se tenha uma melhor organização e entendimento, a CPL apresenta manifestação em conformidade com as razões recursais apresentadas.

II.1 - RECURSO DA EMPRESA TEMPERO PROPAGANDA LTDA:

A empresa recorrente busca a desclassificação das empresas POLO PUBLICIDADE LTDA e AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA.

II.1.1 - PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA POLO PUBLICIDADE LTDA:

Socle

1





A recorrente ampara sua pretensão, sustentando que a empresa recorrida incluiu desconto superior àquele praticado na Tabela do Sinapro, circunstância que permitiria sua identificação pela comissão, o que é vedado por lei.

No entanto, o que veda a legislação pertinente é a identificação da proposta técnica, mediante aposição "de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação de seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei" (art. 6º, inciso XII, da Lei nº 12.232/2010).

Mas como o percentual de desconto poderia identificar a empresa licitante, sendo que qualquer das partícipes poderia indicar o percentual?

Portanto, por não se tratar de marca, sinal ou palavra capaz de identificar a proposta, como prevê a legislação pertinente, não merece acolhida a tese ventilada.

Ademais, a alegação de que o desconto acima de 30%, em relação à tabela Sinapro, é condenado pelo Sindicato das Agências de Propaganda é uma questão de administração interna que não incide neste certame licitatório deflagrado pelo Município de Palmitos.

Especialmente, quando a alínea "a", do item 6.2 do edital define que a proposta de preços deverá compreender desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos do Sinapro/SC, limitado a 80%.

À municipalidade compete julgar nos termos da legislação e do estabelecido no edital, não analisar questões envolvendo a empresa e seu sindicato.

Seguindo, sustenta a empresa recorrente que a numeração das páginas na proposta técnica apresentada pela recorrente não está em fonte arial em tamanho de 12 pontos.

Contudo, observa-se que a irresignação da recorrente diz respeito à fonte e ao tamanho do número das páginas, não das letras do texto.

Bem analisando o subitem V, do item 4.3 do Edital, consta que o texto deve ser em fonte arial com tamanho de 12 pontos, ou seja, a numeração das páginas não

Soc.

2





integram o texto propriamente dito, conseqüentemente, não necessitam atender ao acima disposto.

Aliás, o subitem VI, do item supra, menciona que deve haver "numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página".

As únicas exigências para numeração das páginas na proposta técnica são as acima, as quais foram atendidas pela empresa recorrida, sem a necessidade de atender padrão de fonte e tamanhos.

Pertinente à pretensão de revisão da nota atribuída à empresa recorrida, tendo em vista que esta recai exclusivamente à subcomissão técnica designada para julgamento dos planos de comunicação publicitária, convocou-se a mesma para análise das razões recursais.

No entanto, a subcomissão, reunida em 6 de outubro último, decidiu ratificar o julgamento inicial, conforme anexa Ata de Revisão do Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária.

Conseqüentemente, considerando o entendimento da subcomissão técnica, outra não pode ser a decisão desta CPL, senão aquela de negar a pretensão de redução da nota atribuída à empresa recorrida.

II.1.2 - PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA:

Busca a recorrente a desclassificação da empresa recorrida ao argumento de que esta apresentou valores em sua tabela de custos internos diferentes dos valores praticados na Tabela Sinapro.

Segue sustentando que o desconto acima de 30%, em relação à tabela Sinapro, é condenado pelo Sindicato das Agências de Propaganda.

No entanto, ratificando o posicionamento anterior, esta é uma questão de administração interna que não incide neste certame licitatório deflagrado pelo Município de Palmitos, na medida em que à municipalidade compete julgar as propostas nos termos da legislação e do estabelecido no edital, não analisar questões envolvendo a empresa e seu sindicato.

Inclusive, deve-se atentar para a alínea "a", do item 6.2 do edital, o qual estabelece que a

Socle



proposta de preços deverá compreender desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos do Sinapro/SC, limitado a 80%.

Via de consequência, não há como prosperar a pretensão da empresa recorrente.

II.2 - RECURSO DA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA:

A empresa recorrente busca a inabilitação das empresas POLO PUBLICIDADE LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA.

II.2.1 - PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA POLO PUBLICIDADE LTDA:

Sustenta a recorrente que a empresa recorrida apresentou o Plano de Comunicação Publicitária com a numeração das páginas em formato diferente do formato arial com tamanho 12 pontos, além de apresentar margem com espaçamento de 2,50cm, em contrariedade ao edital que exige 2,00 cm.

Seguindo o entendimento anterior, observa-se que a irresignação da recorrente diz respeito à fonte e ao tamanho do número das páginas, não das letras do texto.

Bem analisando o subitem V, do item 4.3 do Edital, consta que o texto deve ser em fonte arial com tamanho de 12 pontos, ou seja, a numeração das páginas não integram o texto propriamente dito, conseqüentemente, não necessitam atender ao acima disposto.

Aliás, o subitem VI, do item supra, menciona que deve haver "numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página".

As únicas exigências para numeração das páginas na proposta técnica são as acima, as quais foram atendidas pela empresa recorrida, sem a necessidade de atender padrão de fonte e tamanhos.

Diferente é a situação envolvendo o tamanho das margens, na medida em que, definitivamente, não atendem ao subitem II, do item 5.1.1, que estabelece:

5.1.1 (...)

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

soch





Isto porque, após medição do Plano de Comunicação Publicitária da recorrida, conclui-se que a margem esquerda, partindo da borda, possui 2,50cm, enquanto que a margem direita possui espaçamento de 2,30cm.

Em contrarrazões, a recorrida manifesta "que referente a isto, o que pode ter ocorrido foi que ao ser digitalizadas as peças dos envelopes pode ter ocorrido algum problema, já que a margem nos textos é de exatamente 2 cm".

Mas o que vale para a municipalidade é a via apresentada, a qual deveria ter sido verificada pela licitante se entregue nos moldes do edital ou então, constatada irregularidade, corrigir para posteriormente ser entregue.

Ora, na medida em que a empresa recorrida não atendeu ao disposto no subitem II, do item 5.1.1, aplicável o disposto no item 4.4 do Edital, que assim estabelece:

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

Conseqüentemente, tendo em vista que a empresa recorrida apresentou seu Plano de Comunicação Publicitária com espaçamento das margens em tamanho diverso do estabelecido no edital, deve ser acolhido o recurso, neste particular, para fins de declarar a empresa recorrida desclassificada, com base no item 5.1.1, subitem II, cumulado com item 4.4 do edital.

Quanto à alegada identificação da licitante, em razão do espaçamento das margens ser diverso do exigido no edital, não prospera.

Isto porque, o que veda a legislação pertinente é a identificação da proposta técnica, mediante aposição "de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação de seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei" (art. 6º, inciso XII, da Lei nº 12.232/2010).

Mas como o tamanho do espaçamento da margem poderia identificar a empresa licitante, sendo que qualquer das partícipes poderia indicar apresentar documento com espaçamento diverso do edital?

Soelt



Portanto, por não se tratar de marca, sinal ou palavra capaz de identificar a proposta, como prevê a legislação pertinente, não merece acolhida a tese ventilada.

Pertinente à pretensão de revisão da nota atribuída à empresa recorrida, tendo em vista que esta recai exclusivamente à subcomissão técnica designada para julgamento dos planos de comunicação publicitária, convocou-se a mesma para análise das razões recursais.

No entanto, a subcomissão, reunida em 6 de outubro último, decidiu ratificar o julgamento inicial, conforme anexa Ata de Revisão do Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária.

De sorte que, considerando o entendimento da subcomissão técnica, outra não pode ser a decisão desta CPL, senão aquela de negar a pretensão de redução da nota atribuída à empresa recorrida.

Ainda, a alegação de que a empresa recorrida utilizou várias palavras em negrito, em desconformidade com o edital, não prospera.

Senão vejamos! Leitura do Plano de Comunicação Publicitária basta para se constatar a inexistência de palavras em negrito.

Além disso, não há expressa vedação editalícia a fazer incidir palavras com esse destaque, circunstâncias que inviabilizam a pretensão da recorrente.

II.2.2 - PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA TEMPERO PROPAGANDA LTDA:

Sustenta que a empresa recorrida deve ser desclassificada, porquanto, deixou de apresentar os custos internos do "roteiro de VT de até 60 segundos, como parte da campanha simulada", e que este valor, somado ao somatório dos demais serviços, acarretaria em valor superior ao definido no item 4.1.2.

No entanto, como observa em suas contrarrazões, a empresa recorrida já manifestou, quando apresentou o Plano de Comunicação Publicitária, que "será utilizado o mesmo roteiro e padrão do spot para não ter custo adicional de roteiro."

Sact





De sorte que não pode prosperar a pretensão da recorrente, eis que já explanou a recorrida que não haveria custo adicional de roteiro.

No que tange à alegação de que a empresa recorrida utilizou várias palavras em negrito, em desconformidade com o edital, não prospera, porquanto, rápida leitura do Plano de Comunicação Publicitária basta para se constatar a inexistência de palavras em negrito.

Além disso, não há expressa vedação editalícia a fazer incidir palavras com esse destaque, circunstâncias que inviabilizam a pretensão da recorrente.

Diferente é a argumentação de que a recorrida não atendeu ao disposto no inciso IV, do item 5.1.1, do Edital, que exige: "espaçamento "simples" entre as linhas".

Leitura ao documento apresentado, observa-se haver vários espaços em branco entre títulos e texto, entre a descrição dos profissionais ou, ainda, entre os órgãos a que a empresa é filiada/certificada.

Em suas contrarrazões, a empresa recorrida sustenta que "espaçamento simples entre as linhas é uma coisa, uma linha em branco (Enter) é outra coisa".

Ora, a própria recorrida entende que são situações distintas, portanto, se o edital exigiu que o espaçamento entre linhas fosse simples, para poder deixar linhas em branco, haveria necessidade de constar no edital.

Como não consta, deveria a recorrida observar o disposto no inciso IV, do item 5.1.1, do Edital, como não o fez, aplicável ao caso o disposto no item 4.4 do Edital, que estabelece que "será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste edital".

II.3 - RECURSO DA EMPRESA POLO PUBLICIDADE LTDA:

A empresa recorrente busca a inabilitação das empresas POLO PUBLICIDADE LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA.

II.3.1 - PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA AGENCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA:

Socle



Alega a recorrente que entre "as folhas 11 e 12, existe claramente um espaço diferente do requerido no edital, pois como podemos notar que entre o títulos existentes e as tabelas apresentadas existe um espaço maior".

Para amparar sua pretensão, a recorrente transcreve o subitem IV, do item 4.3, do edital.

Entretanto, por se tratar de tabelas, incide o disposto no item 4.1.1 do edital, que assim estabelece:

4.1.1. Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, as proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

Portanto, na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos, fica a critério da licitante qual fonte tipográfica utilizar, não ficando restrito à redação do subitem IV, do item 4.3, do edital, como pretende fazer crer a recorrente, circunstância que remete ao não acolhimento.

Sustenta, ainda, que a apresentação da tabela de fl. 12, com elementos preenchidos e outros em branco, podem ter sido expostas desta maneira para possível identificação pela comissão, o que é vedado por lei.

No entanto, o que veda a legislação pertinente é a identificação da proposta técnica, mediante aposição "de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação de seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei" (art. 6º, inciso XII, da Lei nº 12.232/2010).

Mas como o preenchimento de alguns elementos e outros em branco poderia identificar a empresa licitante, sendo que qualquer das partícipes poderia apresentar desta forma?

É o que se conclui pela afirmação feita pela própria recorrente, quando declina: "mesmo sendo permitida a apresentação de tabelas".

Portanto, por não se tratar de marca, sinal ou palavra capaz de identificar a proposta, como prevê a

Socle





legislação pertinente, não merece acolhida a tese ventilada.

Não obstante a empresa recorrente manifestar que os preços lançados pela recorrida, evidenciam "uma espécie de superfaturamento" e o conseqüente desrespeito às normas editalícia, pelos documentos apresentados com as contrarrazões, conclui-se que não há razão para prosperar.

Isto porque, além de não demonstrar o eventual superfaturamento, a recorrida comprovou documentalmente que os valores lançados são exatamente aqueles orçados pelas empresas prestadoras de serviços de comunicação.

Pertinente à alegação de que os relatos de soluções de problemas apresentados pela empresa recorrida estão datados, não havendo esta exigência no edital, temos que, igualmente, não merece prosperar, porquanto, cumpre às licitantes atender aos normativos do edital, podendo lançar outras informações, desde que não modifiquem o item.

É o caso da data nos relatos de solução de problemas, pois, ainda que não haja previsão no edital, em nada prejudica ou beneficia a recorrida, os demais licitantes ou o Município de Palmitos.

II.3.2 - PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA TEMPERO PROPAGANDA LTDA:

A recorrente sustenta que o banner (item 4.1, inciso III, alínea "b", do edital) deveria ter sido apresentado como exemplo de peça publicitária, no entanto, foi apresentada como se estivesse inserida no site, circunstância que pode "ser considerado como uma forma de marcação para identificação da concorrente", o que é vedado por lei.

No entanto, o que veda a legislação pertinente é a identificação da proposta técnica, mediante aposição "de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação de seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei" (art. 6º, inciso XII, da Lei nº 12.232/2010).

Esta CPL não entende que a peça apresentada pela empresa recorrida possa ser considerada como marca, sinal ou palavra capaz de identificar a proposta, como

Soult



prevê a legislação pertinente, conseqüentemente, não merece acolhida a tese ventilada.

Até mesmo porque, no documento não há identificação de empresa, o que leva a crer que poderia ter sido apresentado por qualquer das empresas participantes, sem direcionar para uma delas.

Sustenta, ainda, que "junto as folhas 12, existem entre as tabelas apresentadas um espaçamento diferente ao requerido no edital, o que é claramente vedado, devendo assim ser desclassificada a empresa com base no item 4.4 do edital licitatório".

Entretanto, por se tratar de tabelas, incide o disposto no item 4.1.1 do edital, que assim estabelece:

4.1.1. Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, as proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

Ou seja, na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos, fica a critério da licitante qual fonte tipográfica utilizar, circunstância que remete ao não acolhimento.

Pertinente aos preços lançados pela recorrida, que a recorrente declina evidenciar "uma espécie de superfaturamento", pelos documentos apresentados com as contrarrazões, conclui-se que não há razão para prosperar.

Senão vejamos! Além de não demonstrar o eventual superfaturamento, a recorrida comprovou documentalmente que os valores lançados são exatamente aqueles orçados pelas empresas prestadoras de serviços de comunicação, o que, por si só, derrui a tese ventilada.

Quanto ao pedido de desclassificação da recorrida ou de reavaliação pelo fato de que o repertório não foi apresentado com indicação sucinta, entendemos que tal decisão recai exclusivamente à subcomissão técnica designada para julgamento dos planos de comunicação publicitária.

Convocada a subcomissão, em reunião realizada em 6 de outubro último, decidiu ratificar o

Soeli





Julgamento inicial, conforme anexa Ata de Revisão do Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária.

Por consequência, frente ao entendimento da subcomissão técnica, outra não pode ser a decisão desta CPL, senão aquela de negar a pretensão de reavaliação da nota atribuída à empresa recorrida.

A argumentação de que a capacidade de atendimento apresentada pela empresa recorrida não atende ao disposto no edital, eis que possui espaçamento entre linhas maior que "simples", merece prosperar, na medida em que o inciso IV, do item 5.1.1, do Edital define que a capacidade de atendimento da licitante deve ser apresentada em via única "com espaçamento "simples" entre as linhas".

Mas analisando o documento apresentado, observa-se haver vários espaços em branco entre títulos e texto, entre a descrição dos profissionais ou, ainda, entre os órgãos a que a empresa é filiada/certificada.

Ademais, em contrarrazões, a empresa recorrida sustenta que "espaçamento simples entre as linhas é uma coisa, uma linha em branco (Enter) é outra coisa".

E é exatamente isso que deve ser verificado, pois se no entender da recorrida "espaçamento simples" e "linha em branco" não se equivalem, para que fosse permitido apresentar o documento com linha em branco, haveria necessidade de constar no edital.

Como não há, deveria a recorrida observar o disposto no inciso IV, do item 5.1.1, do Edital, como não o fez, aplicável ao caso o disposto no item 4.4 do Edital, que estabelece que "será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste edital".

III - DA DECISÃO

Diante do exposto, **DECIDE** a Comissão Permanente de Licitações do Município de Palmitos:

a) **CONHECER** e **DESPROVER** o recurso da empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA (CNPJ nº 19.786.204/0001-28);

b) **CONHECER** e **PROVER PARCIALMENTE** o recurso da AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA (CNPJ nº 14.175.362/0001-28), para fins de:

Socli



b.1 - declarar a empresa POLO PUBLICIDADE LTDA - ME (CNPJ n° 10.251.355/0001-07) desclassificada, com base no item 5.1.1, subitem II, cumulado com item 4.4 do edital;

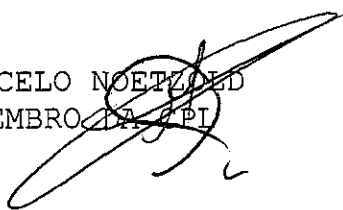
b.2 - declarar a empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA (CNPJ n° 19.786.204/0001-28) desclassificada, com base no disposto no inciso IV, do item 5.1.1 cumulado com o item 4.4 do Edital;

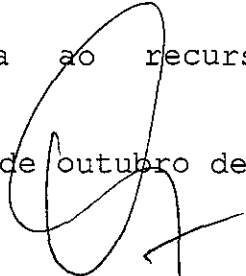
c) **CONHECER e PROVER PARCIALMENTE** o recurso da empresa POLO PUBLICIDADE LTDA - ME (CNPJ n° 10.251.355/0001-07), para fins de declarar a empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA (CNPJ n° 19.786.204/0001-28) desclassificada, com base no disposto no inciso IV, do item 5.1.1 cumulado com o item 4.4 do Edital.

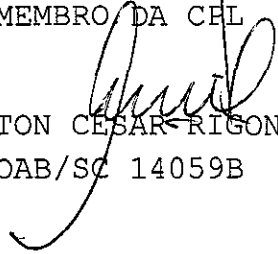
Envie-se esta resposta ao recurso às empresas recorrentes.

Palmitos, 23 de outubro de 2020.


SOELI MARIA CASTOLDI
PRESIDENTE DA CPL


MARCELO NOETZOLD
MEMBRO DA CPL


ONÁVIO PEDRO SEIBERT
MEMBRO DA CPL


NILTON CESAR RIGONI
OAB/SC 14059B

