

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

**EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 13/2020
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 “ b “, do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8666/93, à presença de Vossa Senhoria, a fim de interpor:

RECURSO ADMINISTRATIVO, nos Autos do Processo Licitatório nº 67/2020,

em face da proposta técnica apresentada pela empresa **Agência de Publicidade TIG – ME**, pelas razões de fato e de direito a seguir apresentados:

DOS FATOS

A POLO PUBLICIDADE LTDA – ME, sediada no município de São Miguel do Oeste, SC, se habilitou para concorrer ao processo licitatório proposto pelo Município Palmitos, SC, realizada na modalidade Tomada de Preços nº 13/2020, destinada a contratação de serviços de publicitários.

A empresa recorrente foi desclassificada por supostamente ter descumprido o edital.

No dia 16 de novembro de de 2020, a comissão se reuniu para julgamento de propostas, com o seguinte resultado:

Agência de Publicidade TIG – ME – 86,21

Entretanto, a empresa recorrente não teve acesso a documentação relativa a proposta de preços, assim, a empresa recorrente respeitosamente apresenta, tempestivamente uma vez que a ata de reunião foi publicada no dia 16 de setembro de 2020, tendo como prazo para recorrer 5 dias uteis apresentar recurso administrativo nos termos do art. 109, inciso 1, alínea b, da Lei 8.666/93.

DOS FUNDAMENTOS

A Constituição Federal prevê, no seu art. 37, XXI, a contratação de obras, serviços, compras e alienações mediante a observação do princípio da isonomia, assegurando a todos os concorrentes a igualdade de condições. A obrigatoriedade da aplicação do princípio é reiterada no art. 3º da lei 8.666/93.

O princípio da isonomia pode ser considerado como um instrumento regulador das normas, para que todos os destinatários de determinada lei recebam tratamento parificado.

Todos os dispositivos da lei de licitações ou regulamentação de um específico processo licitatório devem ser interpretados à luz do princípio da isonomia o qual, não objetiva a proibição completa de qualquer diferenciação entre os candidatos, pois essa irá ocorrer naturalmente com a seleção da proposta mais vantajosa à administração pública, sua verdadeira aplicação é a vedação de qualquer discriminação arbitrária, que gere desvalia de proposta em proveito ou detrimento de alguém, resultado esse de interferências pessoais injustificadas de algum ocupante de cargo público.

Assim é obrigação da administração pública não somente buscar a proposta mais vantajosa, mas também demonstrar que concedeu a todos os concorrentes aptos a mesma oportunidade.

Cabe salientar que apesar da característica de essencialidade da isonomia, ela não pode ser exacerbada, mitigando busca da proposta mais vantajosa, assim não é cabível que um defeito irrelevante ou perfeitamente sanável exclua uma possível melhor proposta, mesmo por que essa exclusão gera além da ofensa ao princípio da "vantajosidade", uma ofensa ao próprio princípio da isonomia quando se retira da concorrência um candidato perfeitamente apto.

A isonomia deve ser pilar de todo o processo licitatório tanto durante o ato convocatório, que é aberto a todos, dentre os quais serão selecionados os que se enquadram nas características necessárias, exceto aqueles que por ato anterior estejam impossibilitados de participar, e na fase seguinte do processo, sendo que o julgamento das propostas deve ser feito baseado nos critérios objetivos delimitados no ato convocatório, sem qualquer influência subjetiva, ou preferência dos julgadores também nessa fase.

Apesar da ideia de tratamento igualitário parecer clara, ocorrem várias divergências em sua aplicação prática, quando agentes de diversas origens concorrem entre si.

Em caso de comprovadas irregularidades maiores, com ofensa direta não só a isonomia, mas também a moralidade e a probidade administrativa, o processo licitatório deve ser considerado nulo, pois uma ofensa desse porte retira dela suas características principais de legalidade e concorrência leal em busca do melhor para o Estado.

Por fim, sabendo do caráter de um processo licitatório, a empresa POLO PUBLICIDADE LTDA – ME, descontente com as avaliações realizadas apresenta o presente recurso administrativo, para reavaliação e/ou desclassificação das demais empresas participantes do certame.

Da proposta da Agência de Publicidade TIG – ME

Direito Administrativo, não nasceu dentro de uma codificação específica, sua origem é marcada pela fundamentação e interpretação principiológica, e se tornou efetiva com a Constituição Federal de 1988, expressa em seu art. 37, CAPUT, tendo como um dos seus princípios o da publicidade. Estes princípios se inter-relacionam para atender as necessidades da coletividade e dos fins desejados pelo Estado.

O Princípio da Publicidade é o quarto princípio da Administração Pública e veio para acabar com a obscuridade emanada do Poder Público. Consiste na

publicidade de todos os atos da Administração, sendo acessíveis para que todos possam ter ciência e controlar as ações deste poder. Por meio deste princípio o ato possui condições de desencadear seus efeitos.

O objetivo da publicidade é levar para terceiros o conhecimento do ato ou atividades administrativas, uma atuação transparente perante a sociedade. Esta atuação do Poder Público faz com que ocorra a publicação dos atos de forma interna ou externa. A publicação de forma interna é dirigida aos integrantes dos órgãos ou da entidade, já a publicação externa é destinada aos cidadãos.

A publicidade também tem como objetivo a divulgação dos atos praticados no processo licitatório:

[...] publicidade, que diz respeito não apenas à divulgação do procedimento para conhecimento de todos os interessados, como também aos atos da Administração praticados nas várias fases do procedimento, que podem e devem ser abertas aos interessados, para assegurar a todos a possibilidade de fiscalizar sua legalidade. A publicidade é tanto maior quanto maior for a competição propiciada pela modalidade de licitação; ela é a mais ampla possível na concorrência, em que o interesse maior da Administração é o de atrair maior número de licitantes, e se reduz ao mínimo no convite, em que o valor do contrato dispensa maior divulgação (DI PIETRO, 2009, p. 359).

Desta maneira, faz-se necessário tornar público a proposta apresentada pela empresa recorrida, para inexistir qualquer tipo de obscuridade possível no processo licitatório.

PEDIDOS E REQUERIMENTOS

Pelo exposto requer:

- a) Seja recebido e dada o devido prosseguimento ao presente recurso administrativo;
- b) Seja a proposta da empresa **Agência de Publicidade TIG – ME**, publicada junto as demais peças do processo licitatório para ficar demonstrada qualquer obscuridade acerca da proposta emanada e para tornar público qualquer forma algum descumprimento ao Edital 013/2020

c) Caso não seja acatado os pedidos apresentados a empresa recorrente irá recorrer as medidas judiciais cabíveis a este pleito.

Termos em que,
Pede deferimento.

Palmitos, SC, 20 de novembro de 2020.



REPRESENTANTE LEGAL

