

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL, GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2011

16 FEV. 2012
SISTEMA INTEGRADO DE DOCUMENTOS
CC NUM. 11.397.968-2
DATA 4-6 FEV. 2012 HORA-

G/PAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 80.580.418/0001-54, com endereço na Rua Vereador Washington Mansur nº 170, Ahú, Curitiba/PR, vem respeitosamente diante de Vossa Senhoria, apresentar

CONTRARRAZÕES

ao Recurso interposto por HEADS PROPAGANDA LTDA., quanto à classificação das propostas, o que faz com fulcro nas razões de fato e de Direito a seguir expostas.

1. SÍNTESE DO RECURSO.

Em 09/02/12, após a classificação das propostas das Agências de Publicidade na Concorrência Pública nº 001/2011, a Recorrente interpôs Recurso insurgindo-se contra a sua classificação em 7º lugar, alegando em síntese que:

- i. Todas as outras Agências/concorrentes, com exceção da própria Recorrente, teriam apresentado propostas de remuneração para determinados serviços de produção externa em "*valores de custo simbólico, irrisório e, inclusive, custo zero*".
- ii. Esta conduta afrontaria dispositivos legais, especialmente o disposto no art. 3º, §§ 2º e 3º e art. 44, § 3º, todos da Lei nº 8.666/93.
- iii. Todas as propostas das outras Agências/concorrentes, com exceção da proposta da própria Recorrente, seriam inexecutáveis.

Nada obstante, suas alegações não merecem prosperar, configurando mero inconformismo com a sua colocação no certame, eis que: **a)** os critérios de remuneração apresentados pela empresa G/PAC, ora contrarrazoante, obedecem fielmente todas as disposições editalícias, bem como a legislação de regência; **b)** o modelo de concorrência adotado fundamenta-se na necessária conjugação de 02 (dois) critérios de avaliação (técnica + preço), não podendo haver alterações posteriores; **c)** nenhuma das licitantes classificadas deixou de cotar itens para serviços de produção externa; **d)** nenhuma norma legal impede a forma de remuneração utilizada nas referidas propostas, que pressupõe uma adequada remuneração sob a perspectiva global (regime de empreitada); e, **e)** o próprio Edital pressupõe a concessão de descontos, de forma a se incentivar a prática de preços mais favoráveis ao Estado e ao interesse público.

É o que se passa a demonstrar.

2. DA IMPROCEDÊNCIA DA ALEGAÇÃO DE VIOLAÇÃO AO ART. 3º, §§ 2º E 3º E AO ART. 44, § 3º, DA LEI Nº 8.666/93.

A Recorrente afirma que as licitantes classificadas teriam supostamente violado os seguintes dispositivos da Lei nº 8.666/93:

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 lhe são correlatos.

§ 1º É vedado aos agentes públicos:

I – admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo e estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do contrato;
II – estabelecer tratamento diferenciado de natureza comercial, legal trabalhista, previdenciária ou qualquer outra, entre empresas brasileiras e estrangeiras, inclusive no que se refere a moeda, modalidade e local de pagamentos, mesmo quando envolvidos financiamentos de agências internacionais, ressalvado o disposto no parágrafo seguinte e no art. 3º da Lei nº 8.248, de 23 de outubro de 1991.

§ 2º Em igualdade de condições, como critério de desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços:

I – produzidos ou prestados por empresas brasileiras de capital nacional;

II – produzidos no País;

III – produzidos ou prestados por empresas brasileiras;

IV – produzidos ou prestados por empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País.

Art. 44. No julgamento das propostas, a comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

[...]

§ 3º Não se admitirá proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração.

Ora, não há qualquer violação a estes dispositivos legais como pretende fazer crer a Recorrente, esclarecendo-se que nenhuma das licitantes classificadas deixou de cotar itens para serviços de produção externa. Todos os itens foram devidamente cotados e os descontos apresentados não caracterizam qualquer ilegalidade.

As propostas de preços das licitantes classificadas foram apresentadas de acordo com o Edital e com a legislação de regência e, ao contrário do que afirma a Recorrente, a própria Lei de Licitações tem como princípio norteador a contratação da proposta que apresente as melhores condições, a partir de 02 (dois) critérios que devem ser necessariamente conjugados: técnica + preço.

Por óbvio, dentro de um equilíbrio, persegue-se a consecução do interesse público relacionado à contratação dos melhores serviços, a partir da menor remuneração possível. Apenas a “melhor técnica” ou apenas o “menor preço” são parâmetros insuficientes para a contratação, mesmo porque podem dar margem à contratação de serviços com qualidade técnica ou preços que contrariam o interesse da Sociedade.

Observa-se, por oportuno, que é a proposta da Recorrente que se desviou das demais propostas classificadas, na medida em que apresentou proposta de honorários no percentual de 4% sobre os preços de fornecedores externos,

quando as Agências classificadas apresentaram percentuais de 2%, 1% ou 0%, no que se refere à intermediação de pesquisas e serviços digitais.

Afirmar que estas propostas são irrisórias, tendo em vista o percentual de 15% estabelecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão, apenas revela o inconformismo da Recorrente quanto ao resultado da classificação, mesmo porque o percentual de 4% sugerido pela Recorrente também se afasta do percentual de 15%, estando na verdade mais próximo dos patamares praticados pelas outras concorrentes (2%, 1% e 0%).

Entretanto, não se pode olvidar que o objetivo maior do processo licitatório é identificar os melhores preços que podem ser praticados, em relação a serviços com a melhor qualidade/técnica possível, simplesmente inexistindo normas legais que vedem a concessão de descontos ou a prática de custo zero para determinados serviços. Por sinal, o próprio Edital, em seu item 14.3, indica que devem ser necessariamente concedidos descontos, não estabelecendo qualquer limite.

Portanto, se a Recorrente não concordava com a “ausência de limites” para a concessão de descontos, deveria ter oportunamente impugnado o Edital, o que não fez. Ao contrário, apenas se rebelou quando teve a notícia de sua classificação.

Trata-se, em última análise, de **Recurso materialmente e formalmente intempestivo**, porquanto não foi manuseado no prazo previsto no art. 41, § 2º, da Lei nº 8.666/93.

3. CONCORRÊNCIA DO TIPO TÉCNICA E PREÇO = IMPOSSIBILIDADE DE “DESCONSIDERAÇÃO/ARREDAMENTO” DO CRITÉRIO “PREÇO”.

A presente Concorrência Pública é do tipo melhor técnica e preço, devendo estes dois critérios serem necessariamente considerados para fins de escolha da proposta mais vantajosa à Administração Pública.

Neste sentido, Marçal Justen Filho ensina que deverá ser considerada a melhor média entre as duas propostas – técnica e preço – para a devida classificação dos licitantes, devendo o instrumento convocatório estabelecer os critérios para atribuição das notas e para o cálculo da média. Confira-se:

“Grande parte das regras sobre licitação de melhor técnica aplica-se à de técnica e preço. Na fase de exame das propostas técnicas, o procedimento é similar ao da licitação de melhor técnica, especificamente no tocante à atribuição de notas técnicas, desclassificação dos licitantes que não preencherem exigências mínimas etc. Por igual, na fase de julgamento das propostas de preço, verifica-se a atribuição de notas proporcionadas ao fator econômico.

A grande diferença está em que será vencedor o licitante cuja proposta apresentar a melhor média (considerando as notas das propostas técnicas e das propostas de preço).

O instrumento convocatório deverá estabelecer os critérios para atribuição das notas e para o cálculo da média, que será “ponderada”, segundo a Lei.” [g.n.] (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 14ª ed., São Paulo: Dialética, 2010, p. 638-639)

Assim, apenas o fato da Recorrente ter obtido uma boa pontuação quanto a sua proposta técnica não garante a ela melhor classificação no certame, considerando-se que os preços por ela praticados, mesmo em sua média ponderada, consubstanciam proposta mais desvantajosa à Administração Pública.

De se observar que os preços indicados pelas concorrentes não podem ser analisados isoladamente, porquanto se inserem dentro de um contexto de serviços globais, análogo ao regime de empreitada, em que todos os serviços realizados pelo prestador/fornecedor são remunerados a partir de uma perspectiva global. O relevante, neste caso, é que a média da remuneração seja adequada. E, no caso das Agências de Propaganda, é cediço que a “veiculação de mídia” acaba perfazendo os resultados mais expressivos, não se podendo isolar a análise nos “serviços de terceiros”, como pretende a Recorrente.

Por outras palavras, a remuneração das Agências de Publicidade é composta (i) pelos custos de serviços internos, (ii) pelos custos de serviços de terceiros (produção, serviços digitais, pesquisas, entre outros) e (iii) pelos custos dos veículos de comunicação (estes na ordem de 20% sobre o montante investido, de acordo com o disposto no art. 11 da Lei nº 4.680/65, Decreto nº 57.690/66 e Item 2.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária).

Os custos dos veículos de comunicação representam aproximadamente 80% da remuneração global. Dessa forma, os custos de serviços internos e os custos de serviços de terceiros representam apenas uma pequena parcela da remuneração global (aproximadamente 1/5), o que permite às Agências conceder descontos sobre esses serviços, tal como proposto pela G/PAC, ora contrarrazoante.

Assim, tem-se que é justamente o procedimento defendido pela Recorrente que contraria a Legislação Concorrencial e o Edital, quando pretende "arredar" os menores preços, para fazer prevalecer apenas um dos critérios deste modelo concorrencial, qual seja, a técnica, querendo fazer crer que o outro critério, o preço, deve ter sua importância desprezada. O prejuízo ao Erário e ao interesse público, neste caso, é evidente, não podendo prosperar o "novo modelo concorrencial" defendido pela Recorrente.

4. CRITÉRIOS PARA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS – ITEM 14 DO EDITAL.

Como exposto acima, o instrumento convocatório deverá estabelecer os critérios para atribuição de notas às propostas.

Neste caso, o item 14 do Edital determina os critérios para valoração das propostas de preços, nos seguintes termos:

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III, ressalvado que não será aceito:

a) desconto de 0% (zero por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Com base no Edital, a G/PAC, ora contrarrazoante, apresentou sua proposta de preço nos seguintes termos:

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido à SECS, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: 55% (cinquenta e cinco por cento);

b) honorários, a serem cobrados da SECS, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: 2% (dois por cento);

c) honorários, a serem cobrados da SECS, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: 0% (zero por cento);

d) honorários, a serem cobrados da SECS, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: 5% (cinco por cento).

Curitiba, 05 de dezembro de 2011

G/PAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

Sergio Galli Negraes

Observa-se, portanto, que a proposta de preço apresentada por esta Agência não fere a Lei ou o Edital, devendo o presente Recurso ser julgado totalmente improcedente.

5. PEDIDO.

Diante de todo o exposto, esta Agência requer seja negado provimento ao presente Recurso.

Nestes termos,

Pede deferimento.

Curitiba, 15 de fevereiro de 2012.


G/PAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

