



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Recebido 24.09.15
Felipe Altreiter
Chefe Gabinete Presidência
Câmara de Vereadores de Gramado

ILMO. SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE GRAMADO/RS.

Ref.: Tomada der Preços nº 01/2015

Objeto: Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para a Câmara.

PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, sociedade empresária de direito privado já qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, por seu procurador jurídico, bem como seu representante legal que conjuntamente firma o presente petitório, vem, respeitosamente à presença de Vossas Senhorias, em face do julgamento e decisão colegiada proferida na fase de propostas de preços, a qual inseriu no rol das classificadas a proposta da empresa proponente, **GRISÉ COMUNICAÇÃO LTDA**, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, o que faz com fulcro no artigo 109, I, "b" da Lei 8.666/93 e consoante as razões de fato e fundamentos de direito que a seguir expõe a apreciação desta colenda Comissão Julgadora.

Requer se digne esta Comissão Julgadora receber as razões recursais que se apresentam e, no caso de não ser reconsiderada a decisão recorrida, o encaminhamento à autoridade superior, a fim de decidir em última instância administrativa.

Termos em que pede e espera deferimento.

De Porto Alegre (RS) para Gramado (RS), 23 de setembro de 2015.

Mauro Alexandre Pizzolatto
Procurador - OAB/RS 45.264

Marcos Eizerik
Sócio-Diretor



PIZZOLATTO ADVOGADOS

PROCEDIMENTO LICITATÓRIO – TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2015

RAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO

RECORRENTE: PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

RECORRIDA: GRISÉ COMUNICAÇÃO LTDA.

DOUTO PREGOEIRO

EMÉRITOS JULGADORES !

Absolutamente equivocado o julgamento “*a quo*” proferido, cuja decisão se deu no sentido da regular classificação da proposta da empresa licitante, Grisé Comunicação Ltda, em face do seu não atendimento integral às regras editalícias estipuladas para a apresentação das propostas de preço.

I. DOS FATOS E DO DIREITO

1. Da ausência de indicação do prazo de validade da proposta.

A proposta de preços da recorrida, não se revestiu dos necessários elementos legais, desatendendo normas de cunho legal e conseqüentemente o próprio edital do certame em ponto crítico e essencial, devendo ser revista e reformada, sob pena de ilegalidade, como ao cabo restará demonstrado.

O edital em seu item 5.7, assim exige:

2

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS – OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

“5.7- O prazo de Validade da Proposta será de 60 (sessenta) dias, a contar da data da sessão inaugural da licitação.”

Entretanto, isso não se presume. É necessário estar expressamente previsto na proposta de preços das empresas licitantes.

A falta de informação quanto a validade da proposta é vício material que não pode ser superado pela comissão julgadora, eis que não lhe compete presumir que seja de sessenta dias.

Isso é o que ocorre com a proposta da recorrida, que se mostra completamente omissa nesse sentido, pois não descreve qual o seu prazo de validade, deixando de observar o item 5.7 acima transcrito.

Assim, não há garantia quanto ao período de comprometimento da proposta da recorrida, com a licitação e com este órgão licitador.

Não há possibilidade de presunção nesse sentido. Em licitação, proposta de preço sem prazo de validade consignado é proposta nula.

Ao não explicitar o prazo de validade de sua proposta, a recorrida deixa de ficar atrelada ao cumprimento do que propôs, ficando este órgão licitador ao alvedrio do interesse da empresa licitante quanto ao interesse quanto a contratação ou não.

Ademais, se este órgão notificar as empresas licitantes quanto ao interesse em renovar o prazo de validade de suas propostas, como ficaria a recorrida, que sequer indicou o prazo de validade de sua proposta ?

Apresentaria um prazo conforme sua conveniência e oportunidade ?

Menciona Renato Geraldo Mendes, em sua obra Lei de Licitações e Contratos, 9ª Edição, Editora Zênite, pag. 1163:

“Este é o denominado prazo de validade das propostas isto é, trata-se do período no qual o licitante se obriga a manter sua proposta. O fato de ter o licitante de manter a sua proposta como boa e firme não significa que o preço apresentado será, para todos os efeitos legais, imutável no referido período. Não é assim. Por exemplo, se o contrato for superior a 12 meses, a periodicidade para fins de reajuste será computada a partir da data de apresentação da proposta, e não da



PIZZOLATTO ADVOGADOS

data do contrato. É o que determina a Lei nº 10.192/01, que e regulamenta o Plano Real.”
(grifou-se)

O prazo de 60 (sessenta) dias para a validade das propostas de preços acabou sendo consagrado pela Administração Pública como uma das formas de resguardar o que foi solicitado no instrumento convocatório.

Não raros são os transtornos ocorridos nos certames licitatórios devido a omissão do prazo de validade das propostas.

É justamente o que se está a enfrentar no presente certame, demandando uma situação de extremo risco para este órgão. A validade da proposta de preços é o principal instrumento que vincula a empresa licitante com o certame licitatório, e a correlata obrigação de cumprimento dos preços ofertados.

Dessa forma, como poderá este órgão dar eficácia e manter classificada uma proposta de preços que não contem a sua validade exposta ?

Se esta Douta Comissão de Licitações, aceitar a classificação da licitante, Grisé Comunicação Ltda., estará atuando em desconformidade com o que determinou no seu próprio edital, caindo em contradição e arbitrariedade, o que é inaceitável em se tratando de contratações públicas.

Portanto, em prol do principio da isonomia, cabe a esta comissão rever a decisão que, indevidamente, quebrando a isonomia no certame, acabou por classificar irregularmente a proposta da recorrida, que se apresentou desprovida da indicação de validade.

Sabe-se que a Administração Pública deve atuar em plena conformidade com o que determinou no instrumento convocatório. No caso deste Órgão, em se mantendo essa desequilibrada decisão, abre-se grave precedente com risco de apontamento de ilegalidade no ato, por inobservância e contrariedade aos princípios básicos inseridos na Lei n 8.666/93.

2. Da inexecuibilidade da proposta de preços.

De outro vértice, verifica-se, ainda, que proposta de preços da recorrida comporta outro grave vício – a inexecuibilidade do seu preço em decorrência do excessivo desconto de 70% (setenta por cento) concedido sobre o valor da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do RS.

Tal percentual de desconto mostra-se abusivo e em total descompasso com a regularidade praticada no mercado.



PIZZOLATTO ADVOGADOS

A lei licitatória assim prevê:

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.**

(grifou-se)

Art. 48. **Serão desclassificadas:**

(...)

II - propostas com valor global superior ao limite estabelecido ou com **preços manifestamente inexecutáveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato**, condições estas necessariamente especificadas no ato convocatório da licitação.

(grifou-se)

Como se vê, os citados artigos 44 e 48 acima vistos, em resumo, destaca que são INEXEQUÍVEIS as propostas que se apresentem "**incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado**".

Isso é justamente o que se vê na proposta da recorrida, a qual propõe desproporcionais 70% de desconto sobre os valores da tabela que servem como parâmetro e referencial de mercado.



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Aliás, como já dito no recurso anterior, promovido contra a classificação (indevida) da proposta técnica desta mesma recorrida, de forma inoportuna, a empresa já havia adiantado o seu preço !

Cabe lembrar, que a recorrida apresentou a informação em proposta técnica, de que praticaria 70% de desconto, tal como, por exemplo, sobre os preços/custos VDS previstos na tabela de referência para o mercado.

Na fase em que se encontrava o certame, este tipo de consideração comercial não poderia ter sido mencionada na proposta publicitária, devendo, já naquele momento, ter gerado a desclassificação da recorrida, que apresentou sua cotação de preços em fase indevida no certame, buscando influenciar/seduzir a subcomissão julgadora com tal informação.

Logo, também nesse aspecto a proposta da recorrida há de ser desclassificada.

II. AINDA O TEMA DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA

1. Dos vícios materiais presentes na proposta técnica da recorrida.

Completamente incompleta e em desacordo com o edital a proposta técnica apresentada pela recorrida.

Primeiramente, verifica-se que a proponente deixou de cumprir a formatação de apresentação exigida pelo edital para o Plano de Comunicação Publicitário, conforme item 4.2.5 do edital, que consigna expressamente as especificações da formatação para o documento.

Note-se, com especial atenção, o que prescreve as alíneas "b" e "c" do referido item, abaixo transcrito:

4.2.5. O plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - deverá ser regido em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

a) em papel A4, branco;

b) com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, superior e inferior, a partir da borda;



PIZZOLATTO ADVOGADOS

- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;**
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento "simples" entre as linhas;
- f) com texto em fonte "Arial", tamanho 12 pontos;
- g) com numeração em todas as paginas, em algarismo arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único;

- i) capa e contracapa em papel A4 branco, sem identificação da licitante.

(grifo nosso)

O fato é que tal regra não foi respeitada, pois a proposta foi elaborada com erro nas margens, eis que apresentada com margem superior e inferior com 2cm, além de equivocado espaçamento entre as linhas subseqüentes.

A questão é que essa diferença de margem pode servir como elemento previamente "identificador" quanto a titularidade da proposta (não identificada), de forma a possibilitar à subcomissão técnica o conhecimento de a quem pertença.

E a questão da identificação da proposta não se limita apenas a questão do espaçamento de parágrafos. A identificação se faz claramente presente pelo próprio teor da proposta de mídia, onde a recorrida potencialmente se identifica como sendo uma empresa de Gramado/RS:

*"Outro ponto importante dentro desse plano é posicionamento da agência de publicidade que entende a realidade da Câmara de Vereadores de Gramado, **da cidade em que está inserida** e dos valores envolvidos no processo de licitação, o que nos faz praticar um desconto de 70% sobre a tabela de referência do estado para tornar possível a criação dos materiais necessários para atingir os objetivos desta proposta de divulgar as atividades do legislativo, sua funções em todas e promover o interesse e a participação da comunidade tanto presencial quanto virtual."*

(grifo nosso)

7

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS - OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Com essa afirmação, fácil concluir, desde o início, que a agência de publicidade recorrida tem sua sede na cidade em que ocorre o certame.

Não há dúvidas, ao arrepio do que prescreve o edital e a Lei, que a subcomissão técnica, de plano, tomou conhecimento de que estava analisando a proposta técnica de uma empresa gramadense, motivo mais do que suficiente para ter gerado a sua desclassificação.

E a deficiência continua presente na "Estratégia de Comunicação" apresentada com a peça de "Raciocínio Básico". Pela regra do edital, cada peça deveria ser apresentada de modo separado, com o limite máximo de duas páginas, o que não ocorre no caso da recorrida.

Sucessivamente, a inobservância das condições editalícias perdura em outros pontos, como na elaboração da "Ideia Criativa", já que a proponente deixou de verificar as regras do item 4.2.4 do edital. Em sua peça se verifica a utilização da expressão "lorem ipsum" para exemplificar os locais para o conteúdo real do segmento publicitário a ser defendido.

Em sua peça se pode apenas verificar o uso de uma expressão em latim, o que afronta os critérios de julgamento da proposta técnica. O item 1.1.2 do Anexo IV do edital, em suas alíneas de "a" a "f", cuida cautelosamente de explicar o que será pontuado na análise das peças, conforme segue:

"1.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitaria e Ideia Criativa - máximo de 15 (quinze pontos):

- a) A adequação da ideia ao problema específico de comunicação – até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;*
- b) A originalidade da ideia- até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;*
- c) Os segmentos de público alcançados pela ideia – até 2,5 (dois vírgula cinco) – pontos;*
- d) A pertinência da ideia às atividades as Câmara de Vereadores- até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos*
- e) A viabilidade das peças - até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;*
- f) A compatibilidade de linguagem das peças aos meios propostos - até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;"*



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Mesmo assim, apesar da peça estar totalmente desprovida de conteúdo, originalidade e sem compatibilidade de linguagem do órgão da Câmara, a proponente obteve nota 14,8 de um máximo de 15.

Ademais, a recorrida GRISÉ não respeita o *briefing* proposto pelo edital, pois em diversos pontos é omissa ao que foi exigido. No item 7 do anexo I, que dispõe: “1 layout para o anúncio institucional , jornal ½ página – jornal local)”, a peça simplesmente não foi apresentada pela empresa.

E as contradições com o edital persistem: a exigência de “1 roteiro para anúncio em rádio”, foi apresentada sem a devida pesquisa prévia para a propositura do plano, uma vez que é impossível de ser cumprida, pois a Rádio Sorriso de Gramado não possui um horário pré-determinado para veicular ao spots, como foi afirmado, tendo as opções de horário determinado ou rotativo.

Após, no item oito, tem-se que o prazo para veiculação da campanha deverá ser calculada para o período de 12 meses, o que condiz com a contratação estipulada pelo edital.

Note-se que o edital se apresentou e entrelaçou dois prazos (de contratação e de veiculação da campanha) não por um mero acaso, mas com o intuito de que o cálculo fosse finalizado sobre o valor global. Dessa forma, não deverão ser considerados valores similares feitos sobre o período de 30 dias sem qualquer indicio do período de início e fim da campanha, como os que a recorrida apresentou.

No tópico oito ainda foi mencionado que no valor total apresentado para o desenvolvimento, deverá ser discriminado o **valor cheio da tabela** sobre os veículos de divulgação, não cabendo nessa fase do certame os percentuais de desconto ofertados pela recorrida, e muito menos valores aproximados para a divulgação do plano publicitário. Trata-se de uma base cálculo rígida, conforme o valor de tabela usada para o cálculo do plano publicitário e os veículos de divulgação, não cabendo alterações.

São insanáveis vícios materiais que deveriam, e ainda podem, servir em conjunto para desclassificar a recorrida.

III. DOS PEDIDOS

ANTE O EXPOSTO, vem a recorrente, respeitosamente, postular se dignem vossas senhorias:

- a) Receber o presente recurso, eis que tempestivo e na forma da Lei;

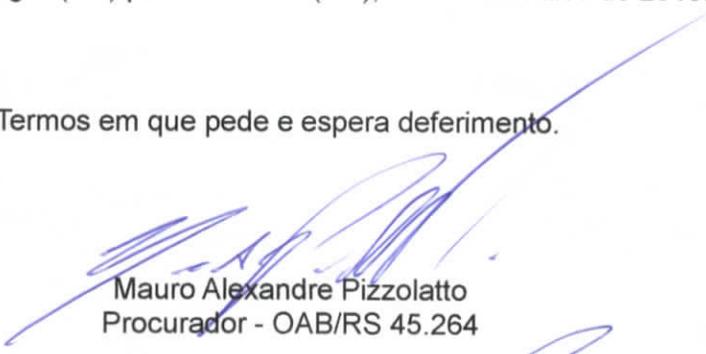


PIZZOLATTO ADVOGADOS

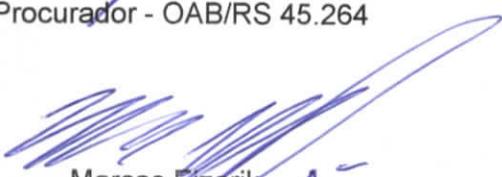
- b) Acatar as razões expostas, requerendo, respeitosamente, se digne esta Douta Comissão Julgadora, **DAR PROVIMENTO AO RECURSO, reconsiderando a equivocada decisão “a quo” proferida, que classificou indevidamente a proposta da recorrida** para a licitação – Tomada de Preços nº 01/2015, desfazendo o equivocado ato administrativo, de forma a torná-la definitivamente **DECLASSIFICADA**, dando-se sequencia ao certame licitatório na forma e estilo
- c) Se mantida a decisão, requer seja encaminhada à autoridade superior, conforme dispõe o art. 109 da Lei 8.666/93, para que analise e decida em última instância para reformar a decisão recorrida, eis que totalmente injusta e ilegal.

De Porto Alegre (RS) para Gamado (RS), 23 de setembro de 2015.

Termos em que pede e espera deferimento.



Mauro Alexandre Pizzolatto
Procurador - OAB/RS 45.264



Marcos Eizerik
Sócio-Diretor