

1500.01.0209317/2020-98



ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA
SECRETARIA-GERAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

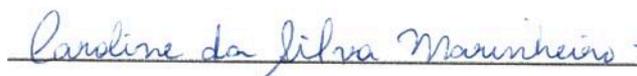
Ref.: Concorrência nº 001/2019

Objeto: Contratação de serviços de publicidade e propaganda.

TOM COMUNICAÇÃO LTDA., inscrita no CNPJ sob o nº 04.406.696/0001-01, com sede na Rua Andaluzita, 131, 8º andar, Bairro Carmo, CEP 30.310-030, em Belo Horizonte/MG, vem, perante V. Sa., apresentar **CONTRARRAZÕES** face o recurso interposto pela licitante NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pelos fatos e fundamentos que seguem.

Pede deferimento.

Belo Horizonte/MG, 24 de junho de 2020.



TOM COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ nº 04.406.696/0001-01

ADRIANA PINHEIRO MACHADO
Sócia-administradora - CPF 666.840.306-97

VINICIUS A. ALZAMORA GONÇALVES
Sócio-administrador - CPF 292.660.095-04

16044279 Enc

Concorrência nº 001/2019

Recorrente: NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

Recorrida: TOM COMUNICAÇÃO LTDA.

CONTRARRAZÕES DA RECORRIDA

ILMA. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2019,

Extrai-se das razões recursais que as insurgências da Recorrente contra o julgamento das propostas de preço do Lote nº 04 do certame residem, em síntese, (i) na suposta inexecuibilidade da proposta comercial formulada pela Recorrida; e (ii) na alegação de que a Recorrida teria apresentado valores simbólicos ou irrisórios, com o suposto intuito de comprometer o caráter competitivo do certame.

Os tópicos seguintes demonstram, no entanto, a manifesta improcedência das alegações.

I – PRELIMINARMENTE. DO NÃO CONHECIMENTO DO RECURSO. IRRESIGNAÇÃO EXTEMPORÂNEA COM AS REGRAS EDITALÍCIAS.

A Recorrente expõe, ao longo de todo seu recurso, argumentos que não podem ser considerados nessa etapa do certame, uma vez que constituem, na realidade, discordância com as próprias regras editalícias, e, portanto, deveriam ter sido impugnadas no momento oportuno (vide item 2.4.1 do edital).

Isso porque todos os percentuais de desconto e honorários oferecidos pela Recorrida encontram-se dentro dos padrões previstos no próprio edital, nos termos do disposto no item 5.1. Tanto é que esta ILMA. COMISSÃO atribuiu nota 100,00 (cem) à proposta formulada pela Recorrida, exatamente conforme os critérios objetivamente estabelecidos no item 5.1.7 do certame.

No mesmo sentido, todas as propostas de outras licitantes formuladas com parâmetros idênticos à da Recorrida também receberam nota máxima. Veja-se, a título de exemplo, as notas atribuídas às agências de publicidade e propaganda ZUBB AGÊNCIA

Okc

DIGITAL e COMPET MARKETING, referentes às propostas comerciais formuladas para o Lote nº 01¹:

LOTE 1											
LICITANTE	P1	Fórmula	P2	Fórmula	P3	Fórmula	P4	Fórmula	P5	Fórmula	TOTAL (a)
INOVATE COMUNICAÇÃO	75.00	30.00	5.00	6.00	8	3.75	5	1.00	5	1.00	41.75
DEZOITO COMUNICAÇÃO	65.00	26.00	8.00	3.75	8	3.75	5	1.00	10	0.50	35.00
POPCORN COMUNICAÇÃO	75.00	30.00	4.00	7.50	7	4.29	4	1.25	14	0.36	43.39
FAZ PUBLICIDADE	75.00	30.00	8.00	3.75	9	3.33	3	1.67	9	0.56	39.31
ZUBB AGENCIA DIGITAL	75.00	30.00	1.00	30.00	1	30.00	1	5.00	1	5.00	100.00
2004 PUBLICIDADE	75.00	30.00	8.00	3.75	10	3.00	3	1.67	10	0.50	38.92
AZ3 PUBLICIDADE	75.00	30.00	10.00	3.00	15	2.00	5	1.00	15	0.33	36.33
CONSORCIO INTELLIGENTSIA & ATITUDE	75.00	30.00	5.00	6.00	5	6.00	3	1.67	5	1.00	44.67
COMPET MARKETING	75.00	30.00	1.00	30.00	1	30.00	1	5.00	1	5.00	100.00

Como se vê, os critérios editalícios para avaliação da proposta comercial e seus respectivos limites percentuais de desconto e honorários aplicam-se indistintamente a todas as agências concorrentes, cabendo aos licitantes, em hipótese de irresignação, impugná-los na fase adequada.

Verifica-se, em verdade, que o objeto principal do recurso interposto pela Recorrente não é a proposta comercial apresentada pela Recorrida, mas as próprias regras do certame que possibilitaram a sua formulação. Encerrado o prazo previsto no item 2.4.1 do edital, revela-se manifestamente extemporâneo o inconformismo da Recorrente.

II - DA SUPOSTA INEXEQUIBILIDADE DA PROPOSTA COMERCIAL DA RECORRIDA. INOCORRÊNCIA.

Aduz a Recorrente que a proposta comercial formulada pela Recorrida “*não guardou sintonia com uma avaliação dos custos reais e efetivos incidentes sobre a prestação do serviço, aí incluindo os respectivos encargos tributários, previdenciários, trabalhistas, civis, dentre outros*”, concluindo-se pela sua suposta inexecuibilidade.

Inicialmente, destaca-se que a Recorrida presta serviços de publicidade e propaganda para órgãos da Administração Pública há mais de 15 (quinze) anos, tendo histórico muito sólido de cumprimento das suas obrigações contratuais e alta qualidade do serviço executado.

¹ No mesmo sentido são as notas atribuídas às propostas comerciais da COMPET MARKETING, referente ao Lote nº 02 (100,00) e da ZUBB AGENCIA DIGITAL, referente ao Lote nº 06 (100,00).

Durante todo esse período, a Recorrida não apresenta **NENHUM** antecedente de inadimplência contratual, de reclamações sobre baixa qualidade do serviço prestado ou até mesmo de qualquer pleito de acréscimo do preço inicialmente contratado, como parece se preocupar a Recorrente.

A Recorrida inclusive presta atualmente para o Estado de Minas Gerais o mesmo serviço objeto da Concorrência nº 001/2019, tendo exata ciência de todos os custos operacionais e respectivas receitas relativas à produção do serviço executado.

É oportuno notar que a proposta comercial formulada pela Recorrida, nos termos do limite estabelecido no edital, é **globalmente mais vantajosa** do que a do contrato administrativo atual, considerando que os custos internos serão melhor remunerados: o percentual de desconto sobre os custos internos definidos na Tabela do SINAPRO passará, entre o antigo e o novo contrato, de 90% para 75%.

Nesse sentido, veja-se a estimativa sobre quais teriam sido as diferenças na remuneração da Recorrida se a fórmula por ela apresentada no presente certame fosse aplicada ao contrato anterior:

GRUPO/ANO/RECEITA	Custos Internos	Produção	Total Geral
2018	+ 336.018	-179.848	+156.170
GOVERNO MG (Lote 2)	+217.661	-109.566	+108.095
GOVERNO MG (Lote 4)	+118.357	-70.282	+48.075
2019	+227.046	-103.456	+123.590
GOVERNO MG (Lote 2)	+157.196	-79.185	+78.011
GOVERNO MG (Lote 4)	+69.850	-24.270	+45.580
2020	+168.323	-130.723	+37.600
GOVERNO MG (Lote 2)	+137.902	-102.174	+35.728
GOVERNO MG (Lote 4)	+30.421	-28.550	+1.871

Em todas as hipóteses examinadas, o resultado econômico-financeiro do serviço prestado seria **positivo** para a Recorrida. Assim, a inexistência de qualquer problema relativo à execução do contrato administrativo atual afasta, logicamente, a imputação de que a proposta comercial formulada pela Recorrida seria inexecutável, não havendo qualquer risco à viabilidade econômica da sua execução.

Os investimentos em publicidade por parte do governo são de natureza pública, sendo que, com um mínimo de diligência, a Recorrente teria constatado a manifesta impropriedade das suas alegações.

Ressalta-se, ademais, que a memória de cálculo supracitada não se destina a justificar o preço de forma extemporânea, como pretende fazer crer a Recorrente. O objetivo da Recorrida reside, única e exclusivamente, em demonstrar que até mesmo **um simples comparativo superficial entre custos e receitas relativas à produção do serviço ilustra a inverossimilhança das alegações da Recorrente**. Em suma, o conhecimento exato dos custos operacionais e das respectivas receitas do serviço executado comprova ser falsa a suposição de inexecutabilidade da proposta comercial formulada.

O ônus de demonstrar a inexecutabilidade da proposta formulada pela Recorrida é da Recorrente, uma vez que o edital não exige que as licitantes provem a executabilidade de suas propostas, sendo regra geral de direito que o ônus da prova incumbe a quem alega. Além disso, as próprias Normas-Padrão do CENP indicam nesse mesmo sentido (vide Item 3.12). A despeito de suas irresignações, a Recorrente não se desincumbiu do ônus de demonstrar, concretamente, a suposta inexecutabilidade da proposta formulada pela Recorrida, limitando-se a alegar o seu “*descolamento da realidade do mercado*”, aduzindo que o valor oferecido pela Recorrida encontra-se “*em patamar muito inferior a todos os outros valores apresentados pelos demais licitantes*”.

Também improcede a alegação anterior. Conforme exposto supra, **outras agências de publicidade e propaganda apresentaram proposta comercial rigorosamente idêntica à da Recorrida**, vide ZUBB AGÊNCIA DIGITAL (Lotes nº 01 e 06) e COMPET MARKETING (Lotes nº 01 e 02).

Ressalta-se, por fim, que os Documentos de Habilitação previstos no item 6 do edital serão apresentados pela Recorrida no momento oportuno, oportunidade em que se comprovará a sua qualificação técnica, a sua regularidade fiscal e a sua qualificação econômico-financeira adequada à execução do serviço objeto da licitação, com as respectivas certidões, balanço patrimonial e demonstrações contábeis exigidas pelo certame.

III - DO ALEGADO VALOR IRRISÓRIO. EXISTÊNCIA DE EQUÍLIBRO ECONÔMICO GLOBAL DO CONTRATO

Conforme se depreende das suas razões recursais, aduz a Recorrente que, com exceção do P1, em que o desconto se deu no limite permitido pelo edital (75%), “*a licitante TOM COMUNICAÇÃO atribuiu valores lineares (1%) e irrisórios para os demais*

critérios” da proposta comercial, e, portanto, deveria ter sido desclassificada do certame, nos termos do art. 44, §3º, da Lei nº 8.666/1993.

Também não procede a referida alegação. A existência de valores simbólicos ou irrisórios deve ser examinada conforme o **equilíbrio econômico global do contrato**, especialmente ao se considerar que **a remuneração das agências de publicidade não se restringe a um tipo de receita**, mas advém do desconto-padrão, dos custos internos e de serviços de terceiros.

Conforme estabelece a Normas Padrão da Atividade Publicitária, é facultado à agência de publicidade negociar tanto a parcela de desconto-padrão com o respectivo anunciante, como a parcela dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, nos termos dos itens 2.7 e 2.8².

No âmbito das contratações com o setor público, o item 3.11 das Normas Padrão estabelece, inclusive, que os custos dos serviços internos e honorários incidentes sobre serviços externos “*poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos*”³, desde que não se comprometa o equilíbrio econômico global do contrato administrativo.

Inexistente, portanto, a suposta violação ao princípio da legalidade, uma vez que a proposta comercial formulada pela Recorrida encontra-se dentro dos limites percentuais negociáveis previstos no próprio edital (item 5.1) e de acordo com as previsões da Lei nº 12.323/2010 e das Normas-Padrão do CENP, que regulamenta a atividade publicitária.

² 2.7. É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 6.4 destas Normas-Padrão.

2.8. É facultada, como exceção à regra do item 3.6.1, a negociação entre Agência e Anunciante dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, desde que seja expressivo o investimento bruto anual a ser aplicado em publicidade pelo Anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja pelo menos duas vezes maior do que a da produção.

³ 3.11. Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

(...)

3.11.2 O disposto neste item aplica-se à:

- a. reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;
- b. negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;
- c. negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;
- d. negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.

Salienta-se, inclusive, que a Recorrida já declinou a sua participação em procedimento licitatório por entender que as regras editalícias poderiam estar em desconformidade com as normas do CENP, a exemplo do Processo nº 4200006177/2018 da Fundação Renova, cuja própria Recorrente consagrou-se vencedora.

Por outro lado, verifica-se que o princípio da eficiência da Administração Pública resta claramente atendido pela decisão recorrida. Atribuiu-se nota máxima à proposta de menor valor que possa ser executada de modo satisfatório e adequado, conforme demonstra sólido histórico da Recorrida de experiência e qualidade na prestação do serviço objeto da licitação.

Ainda, “[a] desclassificação da proposta por irrisoriedade de preço depende da evidenciação da inviabilidade de sua execução”, o que, conforme já exposto, não restou concretamente demonstrado pela Recorrente⁴.

Para além de qualquer dúvida, ressalta-se o fato de que outras licitantes apresentaram proposta idêntica à formulada pela Recorrida, o que demonstra a inoportunidade de manifesta discrepância para com os padrões de mercado ou irrisoriedade do valor apresentado.

Manifestamente improcedente, portanto, a alegação de nulidade da decisão desta ILMA. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, que, corretamente, admitiu a valorou a proposta da Recorrida.

IV – PEDIDO

Por todo o exposto, pede-se seja negado provimento ao recurso em sua integralidade.

Pede deferimento.

Belo Horizonte/MG, 24 de junho de 2020



TOM COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ nº 04.406.696/0001-01

⁴ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos*. 16ª Edição. Ed. Revista dos Tribunais, p. 868.