

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO SERVIÇO MUNICIPAL DE ÁGUA, SANEAMENTO BÁSICO E INFRA-ESTRUTURA – SEMASA | ITAJAÍ.



PROPAGA COMUNICAÇÃO LTDA., inscrita no CNPJ sob nº 04.412.900/0001-05, com endereço na Rua Franklin Máximo Pereira, nº 43, Centro, em Itajaí (SC), através de sua representante legal, que ao final subscreve, vem, tempestivamente, à presença de Vossa Senhoria, apresentar

CONTRA-RAZÕES DE RECURSO

conforme lhe faculta o art. 109, § 3º, da Lei Federal nº 8.666/93 e posteriores alterações, face aos recursos apresentados ao **Processo Licitatório – Concorrência nº 001/2010**, na conformidade das razões que adiante passa a expor e ao final requerer:

I – DAS ALEGAÇÕES DO RECURSO APRESENTADO PELA EMPRESA TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

Tratou a recorrente Tatticas Publicidade e Propaganda Ltda. de tentar, em via de desespero, ganhar o processo licitatório em epígrafe a qualquer custo (mesmo restando classificada em terceiro lugar), alegando que a proposta de preços apresentada pela agência Propaga Comunicação Ltda. é inexecutável nos itens 18.8.2. e 18.8.3.

Chega ao ápice do absurdo quando alega, em determinado ponto do seu recurso, que a vencedora do certame *“ofertou proposta considerando o volume de*



serviços que executa para o município” (alegação tão despropositada que sequer merece contestação), que os preços ofertados “não garantem a exeqüibilidade do contrato” e que “... tem em mente o licitante a possibilidade de propor à Administração uma futura repactuação de preços, de modo irregular e suficientemente sem ser justificada”.

II – DAS ALEGAÇÕES DO RECURSO APRESENTADO PELA EMPRESA 9MM PROPAGANDA E MARKETING LTDA.

Engenhosamente a recorrente 9mm Propaganda e Marketing Ltda. decidiu por escrever um “tratado” sobre licitações do tipo “técnica e preço” e “melhor técnica”, quase que subestimando a indubitável capacidade da Comissão de Licitação dessa Autarquia, no que tange à licitações públicas.

Intempestivamente questiona o “tipo” da licitação (que deu-se por técnica e preço), fato este que deveria ter ocorrido antes da abertura de qualquer um dos envelopes, através de impugnação ao Edital. Equivocou-se, em fls. 2 do seu recurso, ao citar que a Administração Pública escolheu a “modalidade” de técnica e preço (quando a modalidade se refere à Concorrência) e ainda, mesmo tendo narrado exaustivamente cada um dos tipos anteriormente citados, descreve que a Administração escolheu o tipo “melhor técnica e preço”, criando, assim, um novo tipo de licitação dentro do ordenamento jurídico brasileiro.

Assim como a outra recorrente, alega que a proposta de preços apresentada pela agência Propaga Comunicação Ltda. possui valores irrisórios.

III – DA FUNDAMENTAÇÃO

Não trata a proposta de preços apresentada pela agência Propaga Comunicação Ltda. de preços simbólicos ou ineqüíveis, como alegam as Recorrentes. É sabido que as agências de comunicação têm a base da sua remuneração nos serviços de CRIAÇÃO e VEICULAÇÃO, que somam a maior parte do volume de recursos recebidos, e com os quais mantém sua atividade econômica. Os percentuais cobrados sobre os serviços





prestados por terceiros sobre criações intelectuais da agência (produção) e sobre os serviços prestados por terceiros, quando a agência atuar como intermediária na contratação desses fornecedores (honorários especiais), pouco significam nos custos de manutenção das empresas publicitárias; tanto assim que os órgãos a que estão subordinados os serviços das agências permitem maior flexibilidade na cobrança destes percentuais.

A recorrente 9mm Propaganda e Marketing Ltda., mesmo tendo *apresentado, em exaustiva argumentação, que, conforme as Normas-Padrão do CENP, a remuneração da agência para o quesito 18.8.2 do edital, será de 15% (quinze por cento); e para o quesito 18.8.3 do edital será de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento); ela própria ofertou percentual de 5% (cinco por cento) e 1% (um por cento) para os quesitos, respectivamente; ou seja, agiu em desacordo com aquilo que exaustivamente argumenta.*

Da mesma forma procedeu a Recorrente Tatticas Publicidade e Propaganda Ltda., quando ofertou 7% (sete por cento) e 3% (três por cento), para os itens 18.8.2. e 18.8.3., respectivamente.

Esta última alega ainda que a empresa Propaga Comunicação Ltda. *“tem em mente (...) a possibilidade de propor à Administração uma futura repactuação de preços, de modo irregular e suficientemente sem ser justificada”*. Esquece a recorrente que a presente licitação não trata da “compra” de algum produto que possa ter seu preço repactuado em virtude de determinado fator para o qual não haja previsão em lei para possíveis reajustes (como combustíveis, por exemplo). Trata-se, aqui, de percentuais a serem cobrados sobre a produção de terceiros, que, como a Recorrente está cansada de saber, pouco ou quase nada influenciam no total da remuneração da agência.

A prova da inexecutabilidade de uma proposta em licitação pública e a sua conseqüente desclassificação não é tão simples quanto tentam fazer crer as Recorrentes.

Faz-se necessária breve explanação sobre a interpretação que deve ser dada ao art. 48, II, da Lei 8.666/93, quando dispõe sobre a desclassificação da proposta manifestamente inexecutável, no processo licitatório.

Assim é o entendimento da doutrina, quando assevera Marçal Justen Filho:

O tema comporta uma ressalva prévia sobre a impossibilidade de eliminação de propostas vantajosas para o interesse público. A desclassificação por inexecutabilidade apenas pode ser admitida como



exceção, em hipóteses muito restritas. (...) O núcleo da concepção ora adotada reside na impossibilidade de o Estado transformar-se em fiscal da lucratividade privada e na plena admissibilidade de propostas deficitárias.

(...)

A questão fundamental não reside no valor da proposta, por mais ínfimo que o seja, o problema é a impossibilidade de o licitante executar aquilo que ofertou.

A formulação desse juízo envolve uma avaliação da capacidade patrimonial do licitante. Se ele dispuser de recursos suficientes e resolver incorrer em prejuízo, essa é uma decisão empresarial privada. Não cabe à Administração a tarefa de fiscalização da lucratividade empresarial privada. Sob esse ângulo, chega a ser paradoxal a recusa da Administração em receber a proposta excessivamente vantajosa.

(...)

Não é cabível que o Estado assuma, ao longo da licitação, uma função similar à de curatela dos licitantes. Se um particular comprometer excessivamente seu patrimônio, deverá arcar com o insucesso correspondente.

O que não se admite é que, a pretexto de realizar benefício para o Estado, comprometa-se a satisfação do interesse público. Não se admite que o particular formule previsões equivocadas e, pensando em realizar proposta onerosa, assuma encargos incompatíveis com suas condições econômico-financeiras.

Portanto, a questão da proposta inexecutável apenas adquire relevância jurídica quando colocar em risco o interesse público. Vale dizer, se uma proposta de valor irrisório for plenamente executável por um particular, não estará em jogo o interesse público. A proposta não deverá ser excluída do certame. (*Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos*, 9.ed., São Paulo: Dialética, 2002, p. 431)

Dando respaldo a essa orientação, temos a seguinte decisão do egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina:

A inexecutabilidade da proposta vencedora, para fins do disposto no art. 48 da Lei 8.666/93 deve ser aferida no âmbito da impossibilidade de o licitante executar aquilo que ofertou, pondo em risco o interesse público, e não de uma oferta com preços próximos ao de custo, sem infração à ordem econômica, já que não cabe à administração, no processo de licitação, fiscalizar a lucratividade ou não da empresa privada. (Apelação Cível em



A handwritten signature in the bottom right corner of the page.



Mandado de Segurança nº. 2004.035034-7, Rel. Des. Jaime Ramos) (grifo nosso)

Assim sendo, o que se verifica é que os recursos interpostos pelas Recorrentes têm única e exclusivamente o intuito de procrastinar o processo licitatório em epígrafe.

IV – DO PEDIDO

Em face das razões expostas, requer-se desta mui digna Comissão de Licitação:

1. O conhecimento das presentes Contra-Razões de Recurso, conforme disposição do art. 109, § 3º, da Lei 8.666/93, para lhe dar integral provimento;
2. Que seja negado provimento aos recursos interpostos pelas empresas Tatticas Publicidade e Propaganda Ltda. e 9mm Propaganda e Marketing Ltda., mantendo-se incólume a respeitável decisão quando do julgamento das Propostas de Preço e a conseqüente declaração da vencedora do Processo Licitatório – Concorrência nº 001/2010.

Termos em que,

Pede e espera deferimento.

Itajaí (SC), 03 de maio de 2010.

04.412.900/0001-05
PROPAGA COMUNICAÇÃO
LTDA.
Rua Franklin Máximo Pereira, nº 43
Beiro Centro • CEP 88302-020
ITAJAÍ • SC



LEANDRA ADAMI CHAVES
Propaga Comunicação Ltda.