



**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA
CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU – SANTA CATARINA**

Edital de Tomada de Preços nº 001/2019 – CMB



PROPAGA COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 04.412.900/0001-05 e com endereço à R. Uruguai, nº 314 - Centro, Itajaí - SC, CEP 88.302-202, vem respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, por meio de sua Representante Legal Sr.^a Leandra Adami Chaves, já devidamente qualificada nos autos do processo administrativo em epígrafe, interpor **CONTRARRAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO** com fulcro no art. 109, "b" da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, em face dos Recursos interpostos pelas empresas **FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA.**, **TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.** e **EZCUZÊ AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA.**, referente ao edital do processo licitatório supra mencionado, pelas razões a seguir aduzidas.

**1. RAZÕES RECURSAIS DA EMPRESA "FREE REICHERT
COMUNICAÇÃO LTDA":**

1.1. DA SUPOSTA INFRAÇÃO À LEI Nº 8.562/2018

Alega a RECORRENTE, que na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia a RECORRIDA, cometeu suposta infração à Lei Municipal nº 8.562,

B



de 16 de fevereiro de 2018, que dispõe sobre a inclusão da População Negra nas campanhas publicitárias oficiais do Município de Blumenau-SC.

Argumenta a RECORRENTE que "*apenas a última pessoa apresentada se trata de um afro-brasileiro*", referindo-se à utilização de 4 pessoas criadas para protagonizar a campanha. Pois bem, ocorre que há flagrante equívoco no argumento utilizado pela RECORRENTE para justificar suposta infração à referida lei, ao passo que o intuito não é que TODAS as pessoas existentes em determinada campanha publicitária sejam de origem negra, mas sim que esta parcela da população esteja de alguma forma inserida, não havendo qualquer menção neste sentido expressa no referido dispositivo legal, o que denota o completo desconhecimento da lei por parte da RECORRENTE ou ainda uma tentativa desesperada de encontrar algum argumento que poderia ensejar a desclassificação da proposta da RECORRIDA – o que *in casu* restará comprovado que não há motivação que justifique tal fato.

Outrossim, em 05 (cinco) das 06 (seis) campanhas criadas pela empresa, está representada a população negra, ou seja, está mais do que evidente que a estratégia da campanha elaborada pela RECORRIDA está completamente adequada aos parâmetros legais estabelecidos na citada lei municipal, não há, portanto, que se falar em desrespeito àquela legislação conforme equivocadamente alega a RECORRENTE.

1.2. DA SUPOSTA INFRAÇÃO AO ITEM 6.1.8.4 DO EDITAL

No tocante ao referido argumento aduzido pela RECORRENTE, assim afirma a empresa FREE: "*o item 6.1.8.4 do Edital determina que a Estratégia de Mídia e Não Mídia seja constituída de: **tabela, planilha e/ou gráfico**. Não ficou permitida, portanto, a utilização de texto. (grifo nosso)*



Ora, mais uma vez aqui estamos diante de um argumento que não encontra qualquer respaldo no edital, que é refutado pelo próprio instrumento convocatório através do item 10.3 – SUBQUESITO 4 nos exatos termos que abaixo seguem:

“- estratégia de Mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do anunciante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, **sob a forma de TEXTOS, tabelas, gráficos ou planilhas**”.

Desta feita, não se vislumbra qualquer irregularidade na proposta apresentada, ao passo que a RECORRIDA baseou-se nos exatos termos do edital, que inclusive permite aos licitantes optar por qualquer dos elementos supra citados para elaborar a defesa das soluções apresentadas, caso contrário, não teria inserido a preposição **OU** ao referir-se às formas recomendadas expressamente pelo edital para tal finalidade.

Ademais, as planilhas, gráficos ou tabelas possuem habitualmente um caráter complementar à função do texto, especialmente no contexto em que é utilizado o mesmo, sem o qual não se poderia defender com clareza e exatidão aquilo que se pretende defender.

Igualmente, pelo fato de não ter a empresa apresentado a sua defesa nos termos do edital, utilizando-se do texto para tal, parece almejar criar um cenário que justifique o equívoco por ela cometido, seja pela ausência do texto para a defesa da sua proposta, quanto para justificar uma interpretação equivocada por ela feita no que toca à possibilidade de fazê-lo.

Diante da fragilidade do argumento, não há razões para delongas no debate acerca do presente ponto, na medida em que o edital, a lei



que rege as partes na licitação em consonância com o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, é claríssimo quanto à possibilidade de realizar a licitante a sua defesa através de texto.

1.3. DA SUPOSTA INFRAÇÃO AO ITEM 6.1.8.5 DO EDITAL

Com relação ao alegado descumprimento do item 6.1.8.5 do edital, a RECORRENTE alega que o referido dispositivo impõe que *"as licitantes deverão se restringir às peças constantes na Tabela de Preços da CMB"[...]*.

Todavia, verifica-se no mencionado item que não há menção alguma de que as licitantes estejam vinculadas estritamente às peças constantes na tabela de preços, mas sim, na utilização obrigatória, como mero parâmetro, dos VALORES constantes da referida tabela, ou seja, os valores expressos no anexo VI do edital são um referencial a ser observado pelos licitantes, o que não significa dizer que as licitantes devem se restringir às PEÇAS ali constantes na tabela própria elaborada pela CMB.

Como é sabido aliás, o referencial seja ele qual for é um norte, um parâmetro, uma recomendação, uma indicação, não é, portanto, uma vinculação absoluta, uma restrição, uma observância obrigatória e inflexível, bastando uma mera consulta ao dicionário para confirmar o fato.

Tanto é assim, que no julgamento proferido pela Douta Subcomissão, composta por membros técnicos e com notório conhecimento na área de Comunicação, Publicidade e/ou Marketing, avaliaram como sendo extremamente positivas e adequadas as soluções apresentadas pela RECORRIDA, do contrário teria de plano decretado a desclassificação da proponente, ocorrendo justamente o contrário, já que obteve a RECORRIDA as notas mais elevadas nos quesitos, denotando-se, portanto, o elevado grau de adequação da



proposta aos anseios do órgão licitante, aos critérios editalícios e técnicos que compõe toda a proposta elaborada pela RECORRIDA.

Em especial quanto à utilização do **Busdoor** na Estratégia de Mídia e Não Mídia e não do Backbus, como afirma a RECORRENTE no recurso interposto, ressalta-se que foi utilizado pela empresa como parâmetro uma peça de natureza similar, com características bastante semelhantes, dentro da estratégia traçada, cujos preços inclusive são compatíveis com os praticados no mercado.

Alega ainda que a RECORRENTE utilizou uma peça PROIBIDA (?), qual seja a proposta de utilização do **CARTAZ**, o que soa bastante absurdo, visto que se trata de uma peça bastante utilizada e difundida no mercado publicitário, de baixo custo, porém, de elevado impacto.

Sendo assim, propõe a RECORRENTE que se abstenha a RECORRIDA e/ou a CMB de utilizar tal peça em detrimento da utilização de outras de menor assimilação pelo público alvo das campanhas criadas, bem como possuam um maior custo, desprezando completamente que se trata de uma peça essencial.

Além do mais, utilizou-se como referencial de preço os valores equivalentes ao **FLYER**, peça esta também similar àquela que se propõe, não havendo qualquer irregularidade nesse sentido, como já mencionado.

1.4. DA SUPOSTA INFRAÇÃO AO ITEM 6.1.8.6 DO EDITAL

No referido item do recurso interposto, alega a RECORRENTE que os valores atribuídos à Peça Outdoor não correspondem aos valores das Tabelas destes veículos, argumento este que não corresponde à realidade.



Em relação ao Preço do veículo **VÊMAIS** conforme se pode confirmar por meio de cópia da tabela anexa à presente, é utilizado sim para pontos específicos, e, portanto, corresponde à realidade, não sendo verídico o argumento de que inexistente na tabela de preços do referido veículo tal preço, o que a mera consulta à tabela anexa pode esclarecer com tranquilidade.

Com relação a alegada diferença entre os valores atribuídos à exibidora **BLUDOOR**, qual seja o valor constante da Proposta de Mídia de R\$ 695,00 (seiscentos e noventa e cinco reais), valor este que deve-se consignar, igualmente constante da Proposta de Mídia de outra licitante (Black Flag), a mesma é proveniente de alteração promovida na tabela de preços no curso da licitação, período em que foi construído o plano de mídia da presente licitação, tratando-se de alteração recente (mês de agosto).

Deve-se ressaltar, contudo, que não se trata de diferença que acarrete qualquer tipo de prejuízo tanto ao plano de mídia elaborado, quanto a partir de efetiva na contratação na medida em que o valor utilizado como parâmetro reflete a média dos preços praticados pelo mercado e possuem absoluta coerência.

2. RAZÕES RECURSAIS DA EMPRESA "TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.":

Com relação as Razões de Recurso interposto pela referida empresa, deve-se esclarecer que o mesmo se baseia em argumento anteriormente esclarecido, qual seja em resumo sucinto que "**em sua proposta de campanha simulada**" a RECORRIDA teria se utilizado de peças que seriam em tese inexistentes, pois não constariam da TABELA REFERENCIAL DE PREÇOS da CMB.



Ocorre que, conforme se verifica a Tabela da CMB é um referencial de PREÇOS, cuja finalidade é proporcionar aos licitantes um indicativo para embasar os valores das peças propostas por cada um dos proponentes, todavia, não é o único referencial ou meio exclusivo de consulta aos preços praticados no mercado, tampouco em relação às peças eventualmente utilizadas nas campanhas criadas.

O fato é que em momento algum o edital menciona de forma expressa que os licitantes não poderiam propor a utilização de outras peças que não aquelas constantes da tabela utilizada como referencial de PREÇOS.

Desta feita, ou as RECORRENTES estão interpretando de maneira equivocada as disposições do edital, ou se constituem os argumentos utilizados nos Recursos interpostos, de tentativas desesperadas de desqualificar a proposta da proponente melhor classificada, ainda que sem qualquer critério que possa ensejar mácula na proposta avaliada a qual fora julgada pela Respeitável Comissão totalmente adequada às exigências do edital.

Isto posto, tendo a RECORRIDA conforme nos termos supra esclarecidos, balizado sua proposta considerando as condições reais de mercado, tendo consignado na mesma preços adequados e compatíveis com os praticados no mercado, além é claro de ter ofertado conforme julgamento da Subcomissão, a melhor proposta dentro e recebido, portanto, a melhor nota na avaliação considerando todos os quesitos avaliados, tendo ainda seguindo as regras e ditames do edital, não há justo motivo que possa ensejar a desclassificação da mesma do certame, sendo como única medida de justiça que se impõe no caso em tela a manutenção do julgamento proferido e a continuidade do certame, seguindo-se as demais fases necessários ao cumprimento dos procedimentos



licitatórios, pugnando-se pelo não acolhimento das razões dos recursos interpostos pelas RECORRENTES em face da RECORRIDA.

3. DOS PEDIDOS:

Pelo exposto, requer:

- a)** Seja recebida a presente peça de CONTRARRAZÕES DE RECURSO, pois de fato é tempestiva;
- b)** Sejam julgados totalmente improcedentes os pedidos formulados pelas RECORRENTES, pois não justo motivo que justifique a desclassificação da RECORRIDA por todo o aqui exposto;
- c)** Seja mantido o resultado proferido pela Douta Subcomissão, o qual consagra a proposta técnica formulada pela RECORRIDA como a mais bem classificada no certame.

Itajaí, 11 de setembro de 2019.

Nestes Termos,

Pede Deferimento.



LEANDRA ADAMI CHAVES
Representante Legal
Propaga Comunicação Ltda.



Tabela de Veiculação 2019:
Placa de Outdoor 9m x 3m
Período (Bi-semana = 14 dias)

| Ponto: | Descrição: | Valor: |
|---------------|---|---------------|
| 911 | Rua Sete de Setembro – Estacionamento da Zas – Centro *** (COM ILUMINAÇÃO) | R\$ 1.600,00 |
| 016 | Rua Sete de Setembro - Terminal Proeb=Big=Angeloni=Mc Donald's – Sentido Bairro | R\$ 1.200,00 |
| 157 | Avenida Martin Luther - Próximo Beckendorff – Sentido Bairro | R\$ 1.050,00 |
| *** | 888 / 057. | R\$ 960,00 |
| *** | 090 / 265. | R\$ 900,00 |
| 674 | Rua Humberto de Campos – Frente Big – Lado DVA Pneus – Sentido Bairro | R\$ 850,00 |
| *** | 391, 467, 605, 609, 691 / 097 / 476, 482, 628 / 028, 029, 030, 031, 040, 479, 480 / 074, 905 / 068, 069, 620, 622, 706, 749, 910 / 007, 091, 195, 196, 559, 567, 700, 701 / 052, 062 / 913, 914 / 176 / 159, 557, 558, 665, 890, 891, 899, 912 / 012, 098, 500 / 048 / 139. | R\$ 750,00 |
| 915 | Rua Humberto de Campos – Próximo General Osório – Sentido Bairro | R\$ 726,00 |
| *** | 035, 036 / 085 / 251 / 263, 264, 785, 783 / 240, 241. | R\$ 700,00 |
| *** | 047 / 907, 908. | R\$ 650,00 |
| *** | 458, 544, 546 / 081, 082, 400, 909 / 070, 073 / 180, 181 / 046 / 101, 102, 884. | R\$ 550,00 |

Fotos (Blumenau e Região) na página www.vemais.com

Sds.

Daniela Jaques

Dpto. Comercial – Blumenau

E-mail para contato: daniela@vemais.com

Fone/Fax: (47) 3323-5755 / Celular/Watts: (47) 9.9122-1781