

À SRA. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU

TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2019.

Dulcenêia de Sousa Roepke
Coordenadora de Licitações
Matrícula 413



Objeto: APRESENTA CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS NOS AUTOS DA TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2019.

TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 19.786.204/0001-28, com sede no Município de Videira/SC, à Rua Brasil, nº 370, Sala 403, já qualificada nos autos do processo licitatório acima epigrafado, vem respeitosamente, à presença de Vossas Senhorias, por seu representante legal THARLES REGINALDO DE SOUZA, igualmente já qualificado, no prazo legal de manifestação, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao Recurso interposto pela empresa TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas:

01. DA TEMPESTIVIDADE:

Nos termos do que dispõe o artigo 109, § 3º, da Lei nº 8.666/1993, interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

No presente caso, a licitante TEMPERO PROPAGANDA LTDA. – ME foi cientificada acerca da interposição de recurso pela empresa TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. em 04/09/2019, iniciando-se o prazo em 05/09/2019 e findando em 11/09/2019.

Por essa razão, a impugnação aos recursos apresentada nessa data é tempestiva.

02. BREVE RELATO DOS FATOS:

Trata-se de recurso interposto pela empresa licitante TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. nos autos da Tomada de Preços nº 01/2019, cujo objeto é a contratação de agência de propaganda para prestar serviço de publicidade institucional à Câmara Municipal de Blumenau/SC.

Objetiva a Recorrente, dentre outros aspectos, que seja declarada desclassificada a concorrente TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME, pelas seguintes razões:

- a) *“A Tempero Propaganda Ltda. orçou peças não constantes na tabela referencial da CMB”*
- b) *“A Tempero Propaganda sugeriu a distribuição de imãs de geladeira”*
- c) *“A Tempero Propaganda apresentou no plano de mídia o SBT, que segundo a recorrente não teria praça em Blumenau”*

As alegações da Recorrente não merecem prosperar, devendo ser mantida a decisão que determinou a classificação da empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME para concorrer à próxima fase do certame, conforme passa a expor.

03. DA IMPROCEDÊNCIA DO RECURSO DA AGÊNCIA TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. - RESPEITO AO DISPOSTO NO ATO CONVOCATÓRIO, NA LEGISLAÇÃO PERTINENTE E AOS DEMAIS PRINCÍPIOS QUE REGEM OS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS:**03.1 QUANTO A ORÇAR PEÇAS QUE NÃO ESTAVAM NA TABELA DA CMB:**

A agência criou seu plano de mídia buscando as peças que mais trariam resultado ao cliente, pois é justamente o que se busca em licitações desse tipo, ou seja, avaliar a agência com mais capacidade de apresentar proposta técnica, que impacte o público alvo e atinja resultados. A tabela referencial de preços apresentada pela Câmara Municipal de Blumenau, como o nome sugere e semelhante ao que acontece com a tabela do Sinapro, é uma tabela de referência, que deve ser respeitada e tomada como base, porém não quer dizer que as estratégias de comunicação devem ficar restritas somente à tabela, senão dessa forma não teríamos peças diferentes na campanha. Mesmo não constando os itens imã de geladeira e totem na tabela, a Tempero propaganda tomou o cuidado de orçar esses itens, usando o custo do item 9, *Adaptação de peça visual - Adaptação de uma peça já criada (pequena alteração ou revisão ou ainda reformatação)*.

Como acontece com clientes privados, ao orçar uma peça que não conste na tabela Sinapro, nos baseamos em um item parecido para orçar, desde que os custos fiquem viáveis para a agência e para o cliente. Seria impossível montar uma campanha sugerindo apenas as mídias constantes na tabela referencial, pois isso reduziria as possibilidades de inovação e variedade de mídias. A tabela referencial fornece uma base de custos, e a agência tem inclusive a liberdade de calcular alguns itens apenas como adaptação, já que são variações da peça principal, e até mesmo bonificar o cliente com essa peça se assim entender.

Em sua proposta, a ora Recorrida assim justificou os custos de tais peças na campanha publicitária:

Imã de geladeira	569.02	1	569.02
Flyer	978.85	1	978.85
Totem	569.02	1	569.02

Dessa forma é improcedente questionar como foram calculados os itens totem e imã de geladeira, já que estão muito claros na tabela de mídia.

03.2 QUANTO À ENTREGA DE IMÃ DE GELADEIRA NA CÂMARA

Em suas razões recursais, a empresa TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. ainda requer a desclassificação da Recorrida por sugerir a entrega de imã de geladeira, o que segundo a recorrente seria contrário à lei.

Cabe destacar que o subitem 10.3 do Edital, dentro do Subquesto 3, Ideia Criativa, deixa claro que as agências participantes poderão apresentar as peças que julgarem necessárias para superar o desafio apresentado, ou seja, quais peças trarão resultado para a campanha em questão, não limitando apenas às peças constantes na tabela referencial da CMB. Vejamos:

Apresentação da proposta de campanha publicitária desenvolvida com base no briefing, contemplando os seguintes conteúdos:

- relação e descrição de todas as peças que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;

Além disso o Subquesto 4, Estratégia de Mídia e Não Mídia, sugere a mesma coisa:

Apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

Novamente, como acontece com clientes públicos ou privados, a campanha apresentada em questão é uma simulação, ou seja, cabe ao cliente posteriormente veicular ou não essa campanha, como fica bem claro no edital, no subitem 6.1.8.8:

A Câmara de Vereadores de Blumenau poderá, a seu juízo, decidir ou não pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

Ora, é evidente que o argumento não merece prosperar. Ao que parece, busca a Recorrente confundir a própria Comissão de Licitações, no intuito de beneficiar-se indevidamente.

Ao apresentar uma campanha a um cliente, as agências de publicidade e propaganda buscam os melhores meios, estratégias e mídias para alcançar o objetivo proposto, e posteriormente, antes de ir pro ar e pras ruas, a campanha costuma sofrer adequações, pois somente o cliente conhece tão bem seu ramo e poderá dizer se o que foi apresentado é viável ou não. Raramente uma campanha é veiculada sem adequações. Dessa forma é praticamente impossível a agência conhecer tão a fundo de leis tão específicas, cabendo a isso uma discussão posterior e adequação da campanha se necessário.

É o mesmo caso de a agência atender um cliente de saúde, por exemplo, e apresentar determinada mídia que não seja possível veicular, sendo que isso será discutido com o cliente antes da veiculação, pois o mesmo conhece as partes jurídicas e particularidades de seu ramo.

Ao mesmo tempo a Tempero Propaganda sugeriu deixar os imãs de geladeira disponíveis num balcão ou recepção, para quem visitar a Câmara levar se achar necessário, da mesma forma que acontece com panfletos, por exemplo.

Novamente reforça que esse item, sendo proibido ou não, em nada afeta a efetividade ou pontuação de sua campanha, sendo que se a mesma fosse ser veiculada, poderia ser discutido a veiculação ou não a veiculação de tal item.

03.3 QUANTO AO VEÍCULO SBT TV

Mais uma vez vemos aqui um equívoco da agência TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., que em seu recurso tentou apontar “falhas” de todas as agências, mesmo que improcedentes.

A Recorrente alega que a Tempero Propaganda teria apresentado tabela do SBT e que o mesmo não tem tabela para a praça de Blumenau. A informação apresentada é distorcida, pois o veículo não ter uma tabela específica somente para Blumenau é uma coisa, ele apresentar uma tabela que alcance com efetividade a praça de Blumenau e cidades ao redor, é outra coisa. É justamente o que acontece no caso em questão, pois antes de orçar a licitante deixou claro que a campanha era para a praça de Blumenau e para a Câmara de Vereadores

de Blumenau. Inclusive o SBT é conhecido como um dos canais com melhor custo/benefício justamente por essa questão de veicular suas mídias com alcance maior do que apenas a praça solicitada. É possível verificar pelo custo que os valores estão bem mais em conta do que outros canais de TV. Mais uma vez a Tempero Propaganda reforça que deixou claro que a praça era Blumenau, e que o anúncio seria veiculado com grande alcance em Blumenau no caso de veiculação. Seria a mesma situação questionar uma rádio pelo fato de atingir outras cidades além de Blumenau, já que todas as estações de rádio apresentam um custo de anúncio se for para a praça de Blumenau ou para Blumenau e outras cidades, o valor não muda se pedir anúncio somente para uma cidade, afinal de contas os veículos de comunicação possuem seu alcance padronizado. Da mesma forma quando foi solicitado um anúncio em jornal, por exemplo no Jornal Santa, ele tem um valor tabelado, independente se o anúncio circular somente em Blumenau ou circular em outros municípios.

De tudo, conclui-se que desclassificar a Recorrida pelos motivos elencados pela Recorrente importaria em violação aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo das propostas e da isonomia, previstos no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, que regulamentou o disposto no artigo 37, XXI, da Constituição Federal:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, **a seleção da proposta mais vantajosa para a administração** e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável 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 lhes são correlatos. (Grifos e destaques do subscritor)

Por todo o exposto, merece ser mantida incólume a decisão da Comissão de Licitações que declarou a Recorrida classificada para a próxima fase do certame, julgando-se, por consequência, improcedente também o recurso apresentado pela TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.


04. DOS REQUERIMENTOS:

Por todo o exposto, pede a Recorrida que seja julgado totalmente improcedente o Recurso apresentado pela empresa TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., mantendo-se a classificação da empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA. ME para a próxima fase do certame.

Termos em que, pede deferimento.

Videira/SC, 9 de setembro de 2019.

Tempero Propaganda Ltda - ME
CNPJ: 19.786.204/0001-28
Rua: Brasil, nº 370 - Sala 403 - Centro
CEP: 89.560-000 - Videira/SC


THIARLES REGINALDO DE SOUZA
Diretor - TEMPERO PROPAGANDA LTDA. - ME