

EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR DESEMBARGADOR PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS WASHINGTON LUIZ DAMASCENO FREITAS

EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS

RECEBIMENTO

Recebi, nesta data os presentes autos.

Maceió, 18 / 05 / 16

do J6h Jomin. Kátia

Depto. Central de Aquisições - TJ/AL

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA 001/2015

CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº. 10.711.572/0001-32, sediada na Rua Waldemar Loureiro Bernardes, 27, Mangabeiras, nesta cidade de Maceió, Alagoas, por seu sócio administrador e representante **WARNEY DE CARVALHO LIMA**, inscrito no CPF/MF sob o nº. 042.389.484-67, portador do RG de nº. 1937515, constituído e habilitado nos autos do processo administrativo em que tramita a **CONCORRÊNCIA 001/2015**, com fulcro no item 12.1 do Edital de Concorrência nº. 001/2015, art. 109, inciso I, §4º e alínea b, da Lei nº. 8.666, de 21 de junho de 1993 vem respeitosamente interpor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

contra as notas atribuídas às Propostas Comerciais das licitantes, o que faz nos termos e razões anexas, para ao final requerer:

I. DA TEMPESTIVIDADE:

Antes de adentrarmos as razões recursais, emerge atestar, ainda que por mero excesso de zelo, a tempestividade do presente Recurso.

É de 5 (cinco) dias, nos termos do item 12.1 do Edital de Concorrência, o prazo para interposição de Recurso Administrativo contra ato que julgou as propostas, em contexto de licitação pública, a contar do ato da intimação ou lavratura da ata. Se não, vejamos:

12.1. Dos atos decisórios ou que resultem em aplicação de penalidade cabe recurso, interposto em forma impressa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

In casu, a fim de que não pairassem dúvidas quanto ao lapso oportunizado para recurso, a competente Comissão de Licitação fez constar a data limite para interposição na decisão retro na intimação das concorrentes. Eis o dia 18 de maio de 2016, perfeitamente calculado como tal.

Portanto, totalmente tempestivo, o presente recurso.

II. DAS RAZÕES RECURSAIS:

O Recurso Administrativo que ora se interpõe visa acusar e corrigir equívocos cometidos na atribuição das notas às Propostas Comerciais (de Preço) ofertadas pelas licitantes. Vê-se que os critérios determinados no Edital não foram observados pelo órgão competente a tanto, de modo que se faz imperiosa a reforma da decisão vergastada.

II.1. DAS NORMAS EDITALÍCIAS E LÓGICA DA ATRIBUIÇÃO DE NOTAS:

Eis o que dispõe do art. 3º da Lei 8.666/93:

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.

Em apreço ao dispositivo do art. 3º acima transcrito, *in verbis*, vê-se que, dentre o que há na essência do querer licitatório, consta a *“a seleção da proposta mais vantajosa para a administração”*.

Por sua vez, quanto ao tipo de licitação, a Técnica e Preço há de perseguir o equilíbrio no objetivo de se conseguir uma proposta com a melhor técnica, e pelo menor preço. Ou seja, a obtenção da proposta que tecnicamente melhor atenda ao objeto da licitação, desembolsando, para tanto, o menor valor que a ela seja compatível. Há portanto um binômio que prestigia, ao mesmo tempo, a eficiência na tomada e prestação de serviços e o erário.

Eis que essa também é a essência do Edital da Concorrência nº. 001/2015, destinada à contratação de agência de publicidade, de cujo tipo “Técnica e Preço” adotou. As agências, e suas respectivas propostas, se perfizeram avaliadas mediante a técnica demonstrada, bem como o preço ofertado – a melhor técnica, e o menor preço.

O Edital em menção designou o seu Item 7.0 para regulamentar a elaboração das propostas de preço. Nele, evidentemente, consigna-se a oportunidade das licitantes ofertarem propostas sob dois aspectos: *a)* percentuais de honorários e *b)* percentuais de descontos na Tabela Referencial de Custos da ABAP.

A lógica, por si, já seria suficiente à conclusão de que melhor prestígio no julgamento haveria de ter a proposta que ofertasse **menor** percentual de honorários e **maior** percentual de descontos, uma vez que os custos ao erário seriam, evidentemente, menores. Todavia, o Edital não deixou apenas a cargo da lógica tal assertiva. Pelo contrário. Segue, abaixo, transcrito, o item 7.2.2 do Edital:

7.2.2. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP).

Inobstante, o Edital também cuidou de delimitar os limites de percentual de honorários e descontos, nas formas dos incisos I, II e III do Item 7.1.

Em parênteses, muito importante elucidar questionamento oportuno ofertado pela licitante SIX PROPAGANDA, na forma de Pedido de Esclarecimento, quanto à redação do Item 7.1. A fim de que dúvidas, por ora, não parem, eis o Questionamento 02 daquela licitante, bem como a resposta ofertada pela Presidente da Comissão de Licitação:

"(...)

Questionamento 02: No item 7.0 da PROPOSTA DE PREÇO no subitem 7.1 – III não será aceito honorário com desconto superior a 10% (dez por cento) e nem abaixo de 5% (cinco por cento) sobre os custos comprovados de serviços especializados por terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos. Pergunta-se: nesse item vamos aplicar percentual de honorários ou desconto?

Resposta: honorários. Honorários mínimo de 5% e máximo de 10% sobre o pagamento do serviço executado por terceiros quando couber à agência apenas a contratação ou o pagamento. A expressão "honorário com desconto superior" consta da minuta de edital ofertada pela Agência Brasileira de Agências de Publicidade (Abap), baseada na qual elaboramos o Termo de Referência que deu origem ao edital."

Com efeito, restou claro que o percentual de que trata o subitem não se perfaz relacionado ao desconto, e, sim, diretamente relacionado aos honorários ofertados, em referência à Tabela da ABAP. Quanto menor o percentual dos honorários, menor o preço, evidentemente.

Por sua vez, a classificação das propostas encontra-se regulamentada no que dispõem os itens 8.8 e seguintes, com especial destaque ao subitem 8.8.2, que define a forma de classificação e distribuição de pontos às propostas comerciais.

Com efeito, e em resumo, o Edital exige das licitantes a apresentação de propostas comerciais que atendam aos requisitos que seguem, a fim de serem julgadas nos moldes respectivos a seguir mencionados:

	PROPOSTA E LIMITES:	CRITÉRIO DE JULGAMENTO:
a)	Percentual de honorários sobre os custos externos de produção de serviços especiais (mínimo de 10%, máximo de 15%);	A melhor proposta será o menor percentual de honorários.
b)	Percentual de desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP (máximo de 30%).	A melhor proposta será o maior percentual de desconto sobre a tabela.
c)	Percentual de honorários sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (mínimo de 10%, máximo de 20%).	A melhor proposta será o menor percentual de honorários.

Ou seja, melhores pontuadas seriam os menores percentuais das letras *a* e *c*, e o maior percentual da alínea *b*.

Contudo, em grave equívoco, que, certamente, não subsistirá ao presente Recurso Administrativo, a sapiente Comissão não atribuiu os pontos conforme tais condições. Vejamos.

II.2. DA ATRIBUIÇÃO DAS NOTAS ÀS PROPOSTAS COMERCIAIS PELA COMISSÃO:

Antes de adentrarmos às notas conferidas às licitantes, é de mister importância verificarmos as propostas OFERTADAS, que seguem edificadas na forma de planilha abaixo:

	AGÊNCIA UM	SIX	CLORUS	LABOX	BCCOM	ARTE-CETERA
Honorários de Produção Externa (10% a 15%)	10%	14%	10%	10%	12%	10%
Desconto (0% a 40%)	40%	31%	40%	40%	40%	40%
Honorários de Serviços Especiais (5% a 10%)	5%	7%	5%	5%	6%	5%

Quanto à planilha que se edificou acima, uma observação de suma importância. Quando de sua proposta de Preço, a SIX Propaganda fez constar que cobraria “(...) a) honorários de 12% (quatorze por cento) sobre os custos externos de produção de serviços especiais (...)”. Observe, douto Julgador, que a licitante digitou percentual em algarismos diferentemente do que consignou por extenso, fazendo sobre a hipótese incidir o inciso V do Item 7.1, segundo o qual:

7.1 (...):

V – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

Por isso, considerou-se, naquela planilha, o valor do percentual 14 (quatorze), e não 12 (doze).

Em se aplicando os critérios do Edital, pois, ver-se-ia a seguinte distribuição de pontos:

	AGÊNCIA UM	SIX	CLORUS	LABOX	BCCOM	ARTE-CETERA
Pontos por Honorário de Produção Externa	20	12	20	20	15	20
Pontos por Desconto na Tabela de ABAP	20	15	20	20	20	20
Pontos por Honorários de Serviços Especiais	20	12	20	20	15	20
MÉDIA	20	13	20	20	16,67	20

Ocorreu, doutos Revisores, que o resultado oferecido pela Comissão distanciou-se, e muito, deste que objetiva, lógica e aritmeticamente se chegou na planilha acima edificada. Seguem as notas que foram atribuídas às licitantes, após julgamento das Propostas Comerciais ofertadas:

NOTAS DA PROPOSTA COMERCIAL

LICITANTES	DESCONTO CONCEDIDO SOBRE HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO EXTERNA	DESCONTO SOBRE A TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS DA ABAP - 2015	DESCONTO SOBRE O PERCENTUAL DE HONORÁRIOS QUE COBRARÁ SOBRE OS CUSTOS COMPROVADOS DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS REALIZADOS POR TERCEIROS
BCA PROPAGANDA LTDA	15	20	12
TAL - PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO LTDA	15	20	12
SIX PROPAGANDA LTDA	20	15	20
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	15	20	12
LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA ME	15	20	12
BCCOM COMUNICAÇÕES LTDA - EPP	20	20	15

PONTUAÇÃO FINAL

BCA PROPAGANDA LTDA	TAL - PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO LTDA	SIX PROPAGANDA LTDA	CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA ME	BCCOM COMUNICAÇÕES LTDA - EPP
62,069 + 4,699 = 66,8	56 + 4,699 = 60,7	63,7 + 5,499 = 69,2	62,531 + 4,699 = 67,2	51,569 + 4,699 = 56,3	38,969 + 5,499 = 44,5

Veja, douto Revisor, que a tabela em si jura classificar as propostas, atribuindo-lhes notas, sob três aspectos classificativos: a) "desconto concedido sobre honorários de produção externa"; b) "desconto sobre a tabela referencial de custos internos da ABAP"; e c) "desconto sobre o percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros". Ou seja: DESCONTO, DESCONTO e DESCONTO, e não HONORÁRIOS, DESCONTO e HONORÁRIOS.

Daí, encetou-se a celeuma que vislumbraremos a partir de agora. Vê-se que, quanto à primeira e terceira ofertas, a Comissão tomou os percentuais de **HONORÁRIO** por percentuais de **DESCONTO**, invertendo-os quanto ao critério de classificação. Consequentemente, as propostas de Honorários mais vantajosas foram as piores avaliadas, enquanto as mais caras foram contempladas com as melhores notas. Um erro grave, objetivo e que conduziria a presente licitação à legalidade mas a inversão de polaridade de seus preceitos, princípios e normas. A inversão do sentido de HONORÁRIO para DESCONTO é plenamente impossível! Vejamos.

A uma, o Anexo III, por meio do qual as licitantes apresentaram suas respectivas propostas comerciais, impôs texto claro e objetivo, no sentido do que eram HONORÁRIOS e do que era DESCONTO. Segue ilustração do anexo em menção, retirado próprio Edital:

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 001/2015, promovida pelo Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de.....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais (no máximo 15% e no mínimo 10%).
- b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Alagoas, com um desconto de% (..... por cento) (desconto máximo de 30%).
- c) Honorários de.....% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente (honorários máximos de 20% e mínimos 10% sobre o custo de tais serviços).

Veja-se: HONORÁRIO, DESCONTO e HONORÁRIO. Absolutamente todas as concorrentes obedeceram o texto acima determinado, apondo sobre as lacunas os percentuais de **HONORÁRIO, DESCONTO e HONORÁRIO** respectivamente.

A duas, o percentual de desconto se dá, evidentemente, sobre um referencial – *in casu*, a única hipótese de desconto se dá sobre a Tabela Referencial da ABAP. Consoante aos honorários sobre “*custos externos de produção de serviços especiais*” e “*serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária*”, nem sequer há grandeza a ser referenciada a título de desconto. O desconto será sobre o que? Sobre os honorários? Que honorários? Mesmo a lógica e o sentido das expressões não permite tal raciocínio.

Com efeito, é imprescindível que haja a correção das notas atribuídas às Propostas Comerciais das licitantes, adotando os critérios do Edital, sob pena de gravíssima ferida ao próprio, à legislação e aos Princípios constitucionais. Assim, que sejam reatribuídas as notas, adotando, para efeito do julgamento e classificação das propostas de honorários, a ordem crescente dos percentuais apresentados, e de descontos, a decrescente, a fim de que reste contabilizada a pontuação conforme abaixo já demonstrado, e abaixo repetido:

	AGÊNCIA UM	SIX	CLORUS	LABOX	BCCOM	ARTE- CETERA
Pontos por Honorário de Produção Externa	20	12	20	20	15	20
Pontos por Desconto na Tabela de ABAP	20	15	20	20	20	20
Pontos por Honorários de Serviços Especiais	20	12	20	20	15	20
MÉDIA	20	13	20	20	16,67	20

III. DO REQUERIMENTO:

Ante o exposto, requer-se de V. Exa. que admita o presente recurso, dando-lhe total provimento, a fim de que se respeitem os critérios estabelecidos no edital para julgamento das Propostas Comerciais, e

I – se atribuem as notas de modo a melhor classificar as propostas de honorários sobre “custos externos de produção de serviços especiais” e “serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária” com os MENORES PERCENTUAIS, conferindo-se, por consequência, média máxima de pontuação, qual seja 20 (vinte), às concorrentes AGÊNCIA UM, CLORUS, LABOX e ARTECÉTERA, além da pontuação 16,67 (dezesesseis inteiros e sessenta e sete centésimos) para a BCCOM, e 13 (treze) para SIX;

II – seja refeita a contabilização da pontuação final, considerando as notas retificadas conforme pedido anterior, proclamando novo resultado do certame.

Nestes termos,

Pede e espera deferimento.

Maceió, 18 de maio de 2016.


WARNEY DE CARVALHO LIMA
 CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

CNPJ 10.711.572/0001-32
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA-ME

Rua Waldemar Loureiro Bernardes, 27
 Mangabeiras - CEP: 57.037-320
 Maceió-AL