ILUSTRÍSSIMA SENHORA COORDENADORA DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

Concorrência nº 01/2020
Objeto: Contratação de agência para prestação de serviços de publicidade

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, já qualificada nos autos do processo licitatório em epígrafe, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, por seu representante legal, signatário do presente, face aos termos do julgamento das propostas de preços, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

com espeque no art. 11, X, da Lei nº 12.232/10, no art. 109, I, "b" da Lei 8.666/93 e item 22.1 do instrumento convocatório, pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

I. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

01. De início, a Recorrente deixa registrado o seu respeito aos dignos integrantes da I. Comissão Permanente de Licitação, encarregada de julgar as propostas nessa fase do certame.

02. Importante frisar que o presente recurso apresenta fatos e fundamentos relacionados à interpretação objetiva dos critérios e parâmetros fixados para o presente procedimento licitatório. Eventuais discordâncias, deduzidas em sede de recurso, fundamentam-se na aplicação adequada da Constituição, da Lei e das regras do Edital e caminha na direção contrária à que foi adotada pelos membros julgadores na decisão em comento.

Recebi em 29/06/2021

II. PRESSUPOSTO RECURSAL - DA TEMPESTIVIDADE

03. A ata da terceira Sessão Pública, na qual consta o resultado do julgamento da proposta de preços, ora impugnado, foi disponibilizada no dia 22 de junho de 2021 (terça-feira).

04. Desta forma, o prazo recursal a ser considerado é aquele estampado no art. 11, X, da Lei nº 12.232/10 e no art. 109 da Lei 8.666/93, respectivamente, a saber:

> Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.
> [...]
> X - **publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso**, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;
>
> "Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:
> **I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato** ou da lavratura da ata, nos casos de:
> a) habilitação ou inabilitação do licitante;
> b) **julgamento das propostas**" (g.n.)

05. Por sua vez, o instrumento convocatório fixou o mesmo prazo para a realização do referido ato, conforme se observa da redação do item 22.1 e seguintes do edital, *verbis*:

> **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**
> 22.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no **prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis** a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, protocolizada no SRTVS, QUADRA 701, BLOCO II, SALA 301-314/316 do Centro Empresarial Assis Chateaubriand, Brasília/DF, de segunda a sexta-feira, no horário de 9h às 17h. (g.n.)

06. Ainda sobre o tema, o artigo 110 da Lei 8.666/93, aplicada subsidiariamente ao caso, inserido no capítulo VI – Disposições Finais e Transitórias é de clareza meridiana ao dispor sobre a contagem do prazo. Veja-se:

> "Art. 110. **Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento**, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Parágrafo único. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade." (g.n.)

07. Assim, não resta dúvida que o prazo para interposição do recurso é de 5 (cinco) dias úteis e diante da disponibilização do ato na última terça-feira, dia 22/06, tem-se como início de sua contagem o dia 23/06, quarta-feira, e data final para entrega dos recursos o dia 29/06, terça-feira.

08. Indene de dúvida, portanto, quanto a tempestividade do presente recurso, que deve ser recebido, processado e ao final julgado procedente para reformar a decisão vergastada, nos exatos termos dos pedidos que serão aduzidos a seguir.

III. DOS FATOS

09. O Conselho Federal de Nutricionistas publicou edital de licitação na modalidade Concorrência nº 01/2020, tipo Técnica e Preço, regido pela Lei 12.232/2010 e, subsidiariamente, pelas Leis 4.680/65, 8666/93 e outros instrumentos normativos aplicáveis ao processo, tendo como finalidade a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, conforme condições e especificações que constaram do instrumento convocatório referido.

10. Assim, no dia 3 de março de 2020, às 9h30min, data da sessão inaugural do certame, 4 (quatro) empresas manifestaram interesse na disputa e apresentaram suas propostas.

11. São elas:

- Klimt Agência de Publicidade LTDA;
- Shout Agência de Publicidade LTDA. EPP.;
- Lume Comunicação LTDA;

- Cobra Criada Serviços de Informação LTDA. ME.

12. No entanto, ainda na primeira sessão, a proposta da empresa Cobra Criada Serviços de Informação LTDA ME foi desclassificada por apresentar elementos capazes de identificar a autoria do Plano de Comunicação, que foram notados, inclusive, pelos demais licitantes, que se manifestaram quando tiveram a oportunidade. As demais propostas, então, foram encaminhadas à Subcomissão Técnica para análise.

13. Posteriormente, foi designada a segunda Sessão Pública, para o dia 3 de maio de 2021, às 9h30 e, na oportunidade, foram divulgadas as notas atribuídas a cada proposta. Ainda, ocorreu o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, e as notas referentes ao envelope de nº 1 foram as seguintes:

Envelope nº 01- Conceito	Nota da Subcomissão Técnica	Empresa identificada na segunda sessão
Proposta 1: Slogan: Nutrir a vida para alimentar sonhos	33,5	SHOUT
Proposta 2: Este é o meu conselho	51,4	KLIMT
Proposta 3: Slogan: Nutricionista. Especialista em de vida	53,9	LUME

14. Somadas as notas dos envelopes de nº 1 e de nº 3, obteve-se a pontuação final das licitantes no que se refere à proposta técnica. Veja-se:

Empresa Concorrente	Envelope nº 01 (nota)	Envelope nº 03 (nota)	**Total da nota final**
Proposta nº 1 SHOUT	33,5	28,9	**62,4**
Proposta nº 2 KLIMT	51,4	42,0	**93,4**
Proposta nº 3 LUME	53,9	35,7	**89,6**

15. Nesse contexto, tendo em vista que a empresa Shout obteve pontuação inferior a 75 (setenta e cinco) pontos, essa licitante foi desclassificada, com base no subitem 12.4, alínea "b", do Edital.

16. Portanto, restaram classificadas apenas as empresas Klimt Agência de Publicidade LTDA, em primeiro lugar e, em segundo, a Lume Comunicação LTDA.

17. No entanto, foram interpostos recursos pelas licitantes classificadas e, em sede de decisão administrativa, o recurso da Lume obteve parcial provimento, que ensejou uma retificação nas notas finais relativas ao envelope de nº 3 e, consequentemente, a modificação do resultado das propostas técnicas, que passou a ser o seguinte:

Agência concorrente	Envelope 1 (nota)	Envelope 3 (nota)	Total da nota final
Proposta n 1 SHOUT	33,5	28,9	62,4
Proposta n 2 KLIMT	51,4	40,0	91,4
Proposta n 3 LUME	53,9	37,0	90,9

18. A alteração da pontuação, diga-se de passagem, carece de fundamento legal eis que a decisão versou sobre questões subjetivas que não poderiam ser alteradas após o descortinamento da autoria da proposta. É justamente para evitar privilégios ou preferências que o legislador exigiu a apresentação de propostas apócrifas e julgamento às cegas, com o objetivo de retirar do julgador o exercício de qualquer preferência de natureza subjetiva, como os que foram analisados.

19. Na fase recursal, seguindo as premissas da Lei 12.232/2010, somente questões objetivas, de ordem pública, indubitável, de natureza material, seriam passíveis de alteração pela via recursal, tais como erro de fórmula e cálculo, por exemplo. Ausência de julgamento de um item, face ao determinado no edital, outro exemplo. Contudo, alterar a pontuação da empresa com base em argumentos de natureza subjetiva, como ocorreu, tanto que somente parte da subcomissão técnica alterou seu posicionamento, atrai para o processo vício insanável de nulidade, eis que afronta o princípio básico da licitação de publicidade que a busca pela proposta mais vantajosa, julgada às cegas e sem o conhecimento prévio da autoria.

20. Sobreleva destacar que a subtração de pontos da proposta da Klimt, tal qual fundamentada pela subcomissão técnica e com base nos parcos e incabíveis argumentos da recorrente, *ex adversa,* constitui flagrante ilegalidade, mormente porque afronta o princípio do formalismo moderado e viola a premissa elementar do certame que visa contratar com a melhor proposta. Vale lembrar que simples diligência resolveria eventuais informações não apresentadas em duvidosas.

21. Por esta razão, face ao teor da Súmula 473 do STF, deve o CFN rever o posicionamento manifestado na fase anterior e ajustar o julgamento aos termos da lei e do Edital, evitando o naufrágio completo do presente processo, eis que a alteração do julgamento técnico atraiu vícios insanáveis se não forem corrigidos a tempo.

22. Enfim, essa questão será explorada e abordada mais à frente, caso o CFN não sane os vícios do julgamento alterado na fase anterior.

23. Fato é que mesmo com a alteração da pontuação levada à efeito, de forma ilegal e abusiva, anote-se, a classificação permaneceu a mesma, com a Klimt em primeiro lugar.

24. Por fim, foi designada a terceira Sessão Pública, na qual compareceram as duas concorrentes classificadas, a fim de se verificar os envelopes e as notas auferidas pelas empresas na proposta de preços.

25. Na oportunidade e, diante dos índices de preço de cada uma das licitantes, obteve-se a seguinte pontuação final:

Agência Concorrente	Índice Técnico IT = PTL/MPT	Índice de Preço IP = ∑ PPP	Pontuação final proposta de preço PF = (IT x PT) + (IP x PP)
KLIMT	91,4 / 91,4 = 1,00	0,96	(1,00 X 6) + (0,96 x 4) = 9,84
LUME	90,9 / 91,4 = 0,99	0,99	(0,99 x 6) + (0,99 x 4) = 9,90

26. Dessa forma, a Lume Comunicação LTDA assumiu a primeira posição na licitação em comento, mas esse resultado não merece permanecer, eis que a proposta apresentada constitui verdadeira aventura comercial e colocará em risco a operação do futuro contrato, conforme será demonstrado a seguir.

IV. DA FINALIDADE DA LICITAÇÃO – PROPOSTA MAIS VANTAJOSA – PREÇOS MANIFESTAMENTE INEXEQUÍVEIS – VEDAÇÃO LEGAL – ARTIGOS 44 E 48 DA LEI 8.666/93 – DEVER DE DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DA LICITANTE LUME COMUNICAÇÃO LTDA

27. Sobreleva registrar, desde já, que embora o certame seja regido por lei especial, há que se observar, em caráter complementar, o disposto nas leis 4.680/65 e 8.666/93, como prescreve o §2º do artigo 1º da Lei 12.232/2010:

> "§ 2º As Leis nos 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar."

28. Neste sentido, não é mistério para ninguém que a licitação tem por finalidade promover acirrada disputa entre empresas do setor privado, a partir de regras e limites previamente definidos na lei e no instrumento convocatório, sempre com vistas à obtenção da proposta mais vantajosa para a Administração. Essa é a leitura que se faz do art. 3º da Lei 8.666/93, *verbis*:

> "**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." (g.n.)

29. A licitação, como bem ensina o professor Marçal Justen Filho[1]:

> "**3) A natureza instrumental da licitação**
>
> A licitação não é um fim em si mesmo, mas um instrumento apropriado para o atingimento de certas finalidades. O mero cumprimento das formalidades licitatórias não satisfaz, de modo automático, os interesses protegidos pelo Direito. **Portanto, é incorreto transformar a licitação numa espécie de solenidade litúrgica, ignorando sua natureza teleológica**.

[1] Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 18ª ed. rev., atual e ampl. – São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, pág. 86.

O art. 3º enumera os fins buscados pela licitação e indica os princípios jurídicos mais relevantes a que a licitação se subordina." (g.n.)

30. Mais adiante, o renomado professor discorre sobre a perfeita definição da "*vantajosidade*" almejada pela Administração em um certame licitatório. Veja-se[2]:

> **"7.2) A conceituação de vantajosidade**
>
> **A vantagem caracteriza-se como a adequação e satisfação do interesse coletivo por via da execução do contrato**. A maior vantagem possível configura-se pela conjugação de dois aspectos inter-relacionados. Um dos ângulos relaciona-se com a prestação a ser executada por parte da Administração; o outro vincula-se à prestação à cargo do particular. **A maior vantagem apresenta-se quando a Administração assumir o dever de realizar a prestação menos onerosa e o particular se obrigar a realizar a melhor e mais completa prestação**. Configura-se, portanto, uma relação custo-benefício." (g.n.)

31. Por sua vez, o artigo 44, §3º da Lei 8.666/93 foi assim redigido:

> "Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, **os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.**
>
> [...]
>
> § 3º **Não se admitirá proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero**, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração." (g.n.)

---

[2] Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 18ª ed. rev., atual e ampl. – São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 94.

32. Na mesma direção, a redação do art. 48, II do mesmo diploma legal, *verbis:*

> "Art. 48. **Serão desclassificadas**:
> [...]
> II - propostas com valor global superior ao limite estabelecido **ou com preços manifestamente inexequíveis**, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato, condições estas necessariamente especificadas no ato convocatório da licitação." (g.n.)

33. Assim, é dever – **e não faculdade** – da Administração investigar a capacidade da empresa licitante que ofertou o menor preço em executar com qualidade e eficiência o objeto do futuro contrato, levando-se em conta o montante que será auferido pela futura contratada a título de receita bruta frente aos dispêndios relacionados às obrigações estipuladas no edital e, ainda, somando-se aquelas intrínsecas à atividade.

34. Nesse contexto, deve-se observar o material produzido pela Sinapro, que esclarece que os custos internos são aqueles ***"cobrados conforme os valores referenciais de custos internos recomendados pelo Sinapro e devem obedecer aos itens 3.6, 3.7, 3.8 e 3.10 das Normas-Padrão da Atividades Publicitária editadas pelo CENP"***[3].

35. Oportunamente, observe-se o que dispõem os itens supracitados das Normas-Padrão da atividade publicitária:

> 3.6. Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo

[3] Disponível em: https://www.sinaprodf.com.br/wp-content/uploads/2020/11/Referencial_de_Custos_Internos_SinaproDF_2020-1.pdf Acesso em 29 jun 2021.

pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato com base territorial onde a agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

3.6.1. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

3.6.2. Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).

3.7. Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidas pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

3.8. Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, os executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos, observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo, e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações irretratáveis.

[...]

3.10. Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fees" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão. [...]

36. Nesse sentido, como se sabe, a Lume ofertou uma proposta de "*Desconto, a ser concedido ao CFN sobre os custos internos dos serviços executados por esta*

licitante" de **82% (oitenta e dois por cento)**, o que torna sua proposta evidentemente inexequível.

37. Sobre o tema, Marçal Justen Filho leciona:

> "**Existe determinação legislativa explícita que exige a desclassificação das propostas cujo valor não seja suficiente para assegurar a satisfação dos custos inerentes à sua execução**. [...]
> 5.2.1) A disciplina legislativa formal
> A Lei 8.666/1993 previu que as propostas cujo valor fosse insuficiente para cobrir o respectivo custo deviam ser desclassificadas. [...]
> 5.2.2) O incentivo a práticas reprováveis
> **Admitir generalizadamente a validade de propostas de valor insuficiente pode significar um incentivo a práticas reprováveis**. O licitante vencedor procurará alternativas para obter resultado econômico satisfatório. Isso envolverá a **redução da qualidade da prestação, a ausência de pagamento dos tributos e encargos devidos, a formulação de pleitos perante a Administração e assim por diante**.
> 5.2.3) A elevação dos custos de gerenciamento do contrato
> Usualmente, **a contratação avençada por valor insuficiente acarretará a elevação dos custos administrativos de gerenciamento do contrato**. Caberá manter grande vigilância quanto à qualidade e perfeição do objeto executado e litígios contínuos com o particular, sempre interessado em obter uma solução que propicie a reestruturação da contratação. **Logo, as vantagens obtidas pela Administração poderão ser meramente aparentes. No final, a Administração obterá ou um objeto de qualidade inferior ou se deparará com problemas muito sérios no tocante à execução do contrato"**[4]. (g.n.)

38. Vide, portanto, em uma breve comparação das propostas de desconto oferecidas por ambas as licitantes, no que diz respeito aos custos internos, que a Klimt propôs 50% (cinquenta por cento) e a Lume sugeriu o equivalente a 82% (oitenta e

---

[4] JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. Lei 8.666/1993. 17. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 1018-1021.

dois por cento), o que corresponde a uma diferença de 61% (sessenta e um por cento) entre as propostas.

39. Ou seja, a Lume propôs um desconto 61% (sessenta e um por cento) superior ao da Klimt, o que corrobora o argumento de que a proposta da Recorrida é inexequível.

40. Explicando melhor: o Edital propõe um valor estimado da contratação da R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). Observe-se, então, que essa verba deve ser dividida entre **mídia, produção e custos internos**. Esses últimos – custos internos - possuem grande relevância, pois são eles que permitem a remuneração do trabalho da agência, aqueles prestados diretamente por sua equipe e cuja operação requer estrutura, pesquisas, ferramental etc.

41. Assim, suponha-se uma proporção de 40% (quarenta por cento) dessa verba ser destinada à mídia, 20% (vinte por cento) a ser destinada à produção e os outros 40% (quarenta por cento) aos serviços que serão remunerados por meio de custos internos. Nesse cenário, tem-se R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) para remunerar esses custos internos, o equivalente a R$ 33.333,33 (trinta e três mil, trezentos e trinta e três reais e trinta e três centavos) por mês.

42. Com o desconto oferecido **pela Klimt, de 50%** (cinquenta por cento) em relação aos custos internos, veja-se que a agência, considerando os valores cheios da tabela SINAPRO, teria que produzir um volume de trabalho e ações equivalentes a R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) em serviços para chegar ao montante de R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) de receita, conforme proposta da Klimt.

43. A Lume, por sua vez, **tendo em vista a oferta de 82%** (oitenta e dois por cento) de desconto em relação aos custos internos, teria que produzir, seguindo a mesma lógica do cálculo anterior, um montante de serviços e produtos de impressionantes R$ 2.222.222,00 (dois milhões, duzentos e vinte e dois mil e duzentos e vinte e dois reais).

44. A seguir um demonstrativo e uma memória do cálculo:

	Preço tabela sinapro	Qtd. Necessária para Lume faturar R$ 400.000,00	Quantidade do referido material por mês	Por dia
Card Rede Social	R$ 3.451,19	644	54	de 2 a 3 por dia
Criação de campanha	R$ 25.054,44	89	7	aproximadamente 2 por semana
Outdoor	R$ 5.248,97	423	35	Aproximadamente 2 por dia
Flyer	R$ 966,11	2300	192	Aproximadamente 9 por dia

45. Para a quantidade acima estimamos uma equipe com pelo menos as pessoas da tabela abaixo:

Para qualquer uma das demandas acima estimamos os seguintes custos				
	Qtd	Custo unitário médio	Total líquido	Total + Custos trabalhistas
Redação	2	R$ 3.759,00	R$ 7.518,00	R$ 11.602,00
Diretor de arte	3	R$ 2.985,00	R$ 8.955,00	R$ 13.993,89
revisor	1	R$ 2.527,00	R$ 2.527,00	R$ 3.991,88
Atendimento	1	R$ 4.398,53	R$ 4.398,53	R$ 6.740,95
Fluxo	1	R$ 4.398,53	R$ 4.398,53	R$ 6.740,95
Espaço para 5 pontos de trabalho (estimado)	1	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00
		Custo Total	R$ 30.797,06	R$ 46.069,67

Fonte:
Salario.com.br

46. A equipe/estrutura necessária para criar o que pede o desconto que alume propôs ultrapassa muito o faturamento possível.

47. A Lume relacionou a equipe que poderia prestar serviço para o CFN. Algo que inclusive foi objeto de mudança de pontos favoravelmente à Lume.

	Anos de experiência	Salário médio
Atendimento		
Gerente de atendimento	20	R$ 8.000,00

WWW.KLIMTPUBLICIDADE.COM • (61) 3034-4883
Setor Hoteleiro Norte, Quadra 2 Bloco F Sala 1806
Executive Office Tower - Asa Norte, Brasília - DF, 70702-906

klimt
comunicação criativa

Atendimento	21	R$ 8.000,00
Atendimento	3	R$ 3.500,00
Atendimento	8	R$ 3.500,00
Atendimento		
Diretor de planejamento	41	R$ 12.000,00
Consultor	26	R$ 7.000,00
Consultor	42	R$ 8.000,00
Criação		
Diretor de Arte	24	R$ 10.000,00
Diretor de Arte	11	R$ 8.000,00
Diretor de Arte	9	R$ 8.000,00
Diretor de Arte	5	R$ 5.000,00
Redator	7	R$ 5.000,00
Redatora	8	R$ 5.000,00
Redatora	13	R$ 8.000,00
Redator	14	R$ 8.000,00
Núcleo Digital		
Analista de mídia Social	5	R$ 4.000,00
Analista de mídia Social	2	R$ 2.500,00
Mídia		
Coordenadora de mídia	13	R$ 7.000,00
Assitente de mídia	2	R$ 2.000,00
Produção Gráfica e RTVC		
Coordenadora de produção	17	R$ 8.000,00
Faturamento	1	R$ 2.500,00
Administrativo		
Administrativo	10	R$ 4.000,00
Analista Financeiro	19	R$ 6.000,00
Analista Administrativa	30	R$ 6.000,00
Assistente de Faturamento	15	R$ 3.000,00
Operacional		
Revisora	36	R$ 4.000,00
Suporte de TI		
Operações	2	R$ 2.000,00
Núcleo de Atendimento interior de minas		
Diretor de arte	4	R$ 3.000,00
Diretor de arte	8	R$ 5.000,00
Atendimento	25	R$ 10.000,00
Editor de Vídeo	5	R$ 4.000,00
Núcleo de Atendimento interior de São Paulo		
Atendimento	3	R$ 2.500,00

WWW.KLIMTPUBLICIDADE.COM • (61) 3034-4883
Setor Hoteleiro Norte, Quadra 2 Bloco F Sala 1806
Executive Office Tower - Asa Norte, Brasília - DF, 70702-906

klimt
comunicação criativa

Atendimento	5	R$ 4.000,00
Núcleo de Atendimento Rio de Janeiro		
Atendimento	13	R$ 8.000,00
Produção de conteúdo	7	R$ 5.000,00

Total	**R$ 199.500,00**

48. De forma absurda, a equipe proposta pela Lume para prestação do contrato é mais de 6 vezes superior ao faturamento simulado. Isso significa que conseguiriam aplicar apenas 1/6 de sua força de trabalho no referido contrato.

49. E mais. Considerando a necessidade de se apresentar estrutura em Brasília, com a remuneração proposta pela LUME a contratação irá naufragar, eis que a receita é insuficiente até mesmo para as despesas mínimas de locação, condomínio etc e que deverá ser exigida pelo CFN, por força do disposto na cláusula 5.1.2.1 do futuro contrato, *verbis:*

> 5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Brasília, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

50. Desse modo, é evidente que a escolha da Administração por essa proposta equivale a uma falsa vantagem, uma vez que, claramente, o serviço não poderá ser executado, muito menos com qualidade, por um preço tão irrisório. Isso, a longo prazo, ensejará evidente prejuízo ao Conselho Federal de Nutrição, pois onde se verifica uma eventual vantagem, em verdade, representará prejuízo inequívoco, mormente porque a qualidade dos profissionais que serão alocados para a execução da conta interferem diretamente na qualidade daquilo que será produzido e veiculado.

51. Logo, um material de baixa qualidade técnica produzido e veiculado queima a verba de veiculação e representa lesão ao erário, eis que não trará qualquer resultado para o órgão.

52. A fim de corroborar a tese aqui debatida, cumpre-nos transcrever um julgado do E. Tribunal de Justiça de São Paulo que, em um processo de técnica e preço, em

que uma licitante ofertou preço muito inferior ao fixado pela Administração, não titubeou em reconhecer e decretar a sua inexequibilidade:

> "1. Constitucional e Administrativo. Licitação. Mandado de Segurança. 2. Aquisição de licença de uso de software para suporte e gerenciamento, arrecadação e fiscalização do ISSQN no Município. **Proposta vencedora (R$ 12.715,60) mais de seis vezes menor do que o valor previamente orçado pela própria Administração**, com indicação de dotação orçamentária nesse valor (R$ 80.000,00). **Tal estimativa foi precedida de prévia e adequada apuração da Administração, que, assim, presume-se hígida**. **A desproporção entre os valores indica a inexequibilidade da proposta**. 3. Ademais, tratando-se de serviços de informática, **a análise conjugada dos critérios de melhor preço e técnica é a medida mais adequada para que o serviço seja prestado de forma eficiente, sem interrupções ou falhas, mediante preço justo**, na forma do art. 45, § 4º, Lei n.8.666/93 (REsp 584.842/DF, Rei. Min. Franciulli Netto, j.21.06.05, DJ 22/08/2005, p. 197).4. Recursos improvidos.
> (TJ-SP - APL: 994081976165 SP, Relator: Marcus Vinicius Kiyoshi Onodera, Data de Julgamento: 30/04/2010, 7ª Câmara de Direito Público C, Data de Publicação: 07/05/2010)"

53. Acresça-se que a Lei 12.232/2010, em seu art. 6º, V, assim estabelece:

> "V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;" (g.n.)

54. Ora, veja-se que nem de longe os valores ofertados pela licitante Lume estão em conformidade com as melhores práticas do mercado publicitário, como se depreende do item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, reconhecido na lei 12.232/2010 (art. 4º, §1º)[5] como entidade certificadora da qualificação técnica de funcionamento das agências de propaganda, já supracitado.

---

[5] Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

55. Inegavelmente o valor proposto está em dissonância com a pesquisa realizada pela Administração e que balizou a elaboração do edital, como também agride a prática do mercado, nos termos da Normas-Padrão acima referenciada.

56. Ademais, o E. Tribunal de Contas da União, no Acórdão nº 395/2005-Plenário, relatado pelo Ministro Ubiratan Aguiar assim decidiu:

> "**Com efeito, ao admitir uma proposta com tais imperfeições, a administração pública pode ficar sujeita a uma posterior oposição de dificuldades para a execução contratual de parte da empresa.** Não seria surpresa se, frustrada a alíquota incerta, que possibilitou cotações mais baixas e adjudicação do objeto, a contratada viesse alegar a necessidade de equilíbrio econômico-financeiro, com base, por exemplo, no § 5º do art. 65 da Lei 8.666/93: (...). Chancelar uma promessa como se fosse uma prescrição de lei, com boa intenção de contratar por menos, pode acabar trazendo consequências danosas para os cofres públicos." (g.n.)

57. Assim, diante da evidente disparidade de preços e a inconteste inexequibilidade da proposta da agência Lume, lamentavelmente a Administração não logrará sucesso na negociação, o que comprometerá todo o processo até aqui muito bem conduzido pelos I. Julgadores.

58. Daí a necessidade de se alijar da disputa a proposta da licitante Lume Comunicação LTDA, o que fica requerido desde já.

V. DA AUSÊNCIA DE SEGURANÇA NA OPERAÇÃO

59. Por fim, impende consignar, ainda, que compete à agência que será contratada receber e repassar aos veículos e prestadores de serviços especializados e que forem agenciados por ela por conta e ordem do CFN.

---

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

60. Logo, a execução de um contrato temerário ou com dificuldade operacional e financeira, poderá ensejar a retenção ou atraso no cumprimento das obrigações financeiras que dizem respeito ao CFN e os veículos de divulgação.

61. A falta de uma estrutura apta a conferir segurança à operação, poderá, no futuro, causar incontáveis prejuízos ao CFN e à sua imagem e reputação. Daí a razão suficiente para se alijar a proposta inexequível apresentada pela agência *ex advesa*, homologando-se a proposta da Klimt e com quem deverá o CFN firmar contrato, pois, apresentou a melhor proposta técnica e, ainda, apresentou a proposta financeira mais segura e viável.

VI. CONCLUSÃO E PEDIDO

62. Como se pode observar de todo o exposto, sobejam razões para a revisão do julgamento proferido pela I. Comissão Permanente de Licitação que validou a proposta da licitante Lume Comunicação LTDA, eis que os valores apresentados são flagrantemente inexequíveis, bastando simples operação matemática para a sua constatação, como demonstramos acima.

63. Não estamos aqui discutindo a seriedade da empresa Lume, nem tampouco sua idoneidade, mas fica evidente que lhe faltou acuidade na análise das obrigações impostas pelo edital e aquelas que são intrínsecas à atividade empresarial em comento, e face ao volume proporcional à verba aqui debatida.

64. A conta não fecha e o saldo será negativo para a Administração que arcará com o prejuízo de uma prestação defeituosa, temerária ou despida de qualidade técnica.

65. Por esta razão, aguarda e requer a recorrente:

a. Seja o presente recurso recebido, eis que tempestivo, processado e, ao final, julgado procedente para, em sede de revisão voluntária, possa a CPL:

i. Reconhecer a nulidade do julgamento dos recursos da fase técnica, com fundamento na súmula 473 do STF, retornando a pontuação àquela divulgada na segunda sessão;

ii. Alternativamente, DESCLASSIFICAR a proposta de preços da licitante Lume Comunicação LTDA, porque inexequível;

iii. Reconhecer a proposta da Recorrente como vencedora da disputa, com a sua consequente homologação e adjudicação do objeto à Klimt;

b. Não sendo esse o entendimento da CPL, requer seja o presente enviado à autoridade superior, devidamente instruído.

Nestes termos,
Pede deferimento.

Brasília, 29 de junho de 2021.

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA

RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES

REPRESENTANTE/PROCURADOR

WWW.KLIMTPUBLICIDADE.COM • (61) 3034-4883

Setor Hoteleiro Norte, Quadra 2 Bloco F Sala 1806
Executive Office Tower - Asa Norte, Brasília - DF, 70702-906

klimt
comunicação criativa