

ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO SESC

Ref.: Edital SESC nº 11/2024

Objeto: Licitação. Modalidade concorrência. Contratação de Agência de Publicidade

TOM COMUNICAÇÃO LTDA., inscrita no CNPJ sob o nº 04.406.696/0001-01, com sede na Rua Bernardo Guimarães nº 245, 5º Andar, Funcionários, CEP 30.140-080, em Belo Horizonte/MG, vem, perante V. Sa., por meio de seu representante credenciado, nos termos do item 10.1 do Edital, apresentar **RECURSO** contra o resultado do Julgamento das Propostas e Habilitação, pelos fatos e fundamentos expostos nas razões que seguem.

Com fulcro no Instrumento Convocatório, requer-se **(i)** a intimação das licitantes FLD S/A, PERFIL252 COMUNICAÇÃO COMPLETA LTDA, FAZ PUBLICIDADE LTDA, DP BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA e AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA para que apresentem, se quiserem, contrarrazões (item 10.2), e **(ii)** em seguida, que seja o presente recurso acolhido por esta i. Comissão.

Não sendo caso de reconsideração, pede-se que sejam os autos encaminhados para a autoridade competente (item 10.5).

Pede deferimento.

Belo Horizonte/MG, 24 de maio de 2024.

TOM COMUNICAÇÃO LTDA.

CNPJ nº 04.406.696/0001-01

Concorrência nº 11/2024

Recorrente: TOM COMUNICAÇÃO LTDA.

Recorrida: AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

RAZÕES DA RECORRENTE

I - TEMPESTIVIDADE

A sessão de sorteio da Concorrência Sesc n.º 0000011-24, que por sua vez, diante da ordem de sorteados, declarou a vencedora do certame a proponente **AZ3 Publicidade e Propaganda Ltda.** ocorreu no dia 23.05.2024, cuja ata foi disponibilizada no site do SESC no mesmo dia. Considerando a previsão de prazo recursal de 2 (dois) dias úteis (item 10.1), conclui-se ser tempestiva a presente insurgência.

**II – PREÇOS SIMBÓLICOS, IRRISÓRIOS E INCOMPATÍVEIS COM O MERCADO
NECESSIDADE DE DESCLASSIFICAÇÃO DAS LICITANTES**

O Edital prevê a contratação de uma agência de publicidade para a elaboração, a execução e o acompanhamento técnico de serviços de publicidade e propaganda com o objetivo de tornar pública as ações relativas aos serviços e campanhas do Sesc em Minas, *através do critério exclusivamente por preço.*

Na formulação da proposta de preço, as licitantes deveriam, obrigatoriamente, considerar:

- a. O valor anual de R\$21.000.000,00, em um instrumento contratual com validade de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado mediante termos aditivos até o limite de 10 (dez) anos;
- b. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos, serão remunerados na forma do “desconto padrão”, de acordo com o parágrafo único do artigo 11 da Lei 4.680/64 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo CENP.
- c. Os valores a serem apresentados pelas proponentes, portanto, se resumiam a dois: **i.** desconto sobre a tabela de custos internos do SINAPRO-MG e **ii.** honorários sobre serviços de terceiros,

Item	Detalhamento
A	Percentual de desconto incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante. <u>Sendo o percentual máximo de 80% (oitenta por cento) de desconto.</u>
B	Honorários para acompanhamento de produção de serviços e suprimentos externos junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Contratante, deverão ser apresentados honorários no percentual de até 15% (quinze por cento), incidentes sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores
C	Serviços de mídia (planejamento, execução e distribuição de propaganda) = Desconto padrão de 15%

**Conforme Comunicação Normativa do CENP nº 13/2008 – Sistema S, os 5% referentes a parcela negociável/reversível são aplicados ao Sesc, por ser tratado como anunciante integrante da esfera federal da Administração Pública, gozando, em razão disso, dos benefícios de repasse estabelecidos pelo Anexo B das Normas-Padrão da atividade publicitária.*

- d. Descontos e honorários deveriam estar indicados em percentual, com duas casas decimais;
- e. Sendo esta uma concorrência a ser decidida segundo o critério de preço, na prática, às agências participantes cabia a decisão acerca do item B: os honorários de acompanhamento de produção de serviços e suprimentos externos junto a fornecedores especializados, uma vez que o desconto máximo permitido no item A estava estabelecido em 80%, percentual que se encontra dentro dos parâmetros praticados no mercado para contratos de valor equivalente. A preponderância do valor do item B, inclusive, é confirmada pelo item 9.2 do Termo de Referência, que dá a ele o peso 80 e peso 20 para o item A, conforme a fórmula reproduzida a seguir:

$$\begin{aligned} \text{Item A} &= P \times 20 / 80 \\ \text{Item B} &= 80 - (P \times 80 / 15) \\ \text{Total} &= A + B \end{aligned}$$

- f. Ainda segundo o mesmo documento, no item 9.7., o Sesc estabelece de forma taxativa: “*Não se admitirá proposta que apresente **preços simbólicos, irrisórios** ou de valor zero, **incompatíveis com os preços de mercado.**”*

Para estabelecer o percentual dos honorários – que, como já visto, seria o fator decisivo na formulação da proposta vencedora –, a recorrente considerou a alocação da verba do contrato entre o investimento em mídia e o de produção. Esse cálculo poderia ser simulado pelas agências licitantes tanto a partir de experiências próprias no atendimento de contas com perfil semelhante, quanto a partir da resposta do próprio Sesc ao questionamento de uma participante e presente no documento “Resposta ao Pedido de Esclarecimento nº 01/2023”, publicado no site do Sesc no dia 15.05.2024. Veja-se:

Questionamento 06:

Prezados Senhores, bom dia.

segue pedido de esclarecimento referente à Concorrência 000011/2024 para contratação de serviços de publicidade e propaganda.

Para fazermos uma Proposta que seja, ao mesmo tempo, exequível para a Agência e vantajosa para o SESC, é fundamental termos a informação de qual o percentual aproximado do contrato de R\$ 21 milhões deverá ser investido em mídia.

Resposta 06:

Com base em históricos de execução anterior, estima-se que aproximadamente 60 a 65% do valor do contrato poderá vir a ser investido em mídia.

Entretanto, importante ressaltar que está é apenas uma estimativa, não gerando qualquer obrigação do Sesc em Minas de se ater a esses percentuais, que se baseiam exclusivamente no histórico do último ano e em estratégias de gestão vigentes à época.

Por fim, a recorrente considerou se o percentual de honorários a ser proposto atendia aos critérios de exequibilidade (item 9.9), exigência editalícia que, claramente, não se confunde com a vedação de “preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado” (item 9.7).

Diante dessas orientações, a recorrente realizou uma séria de simulações sobre os valores envolvidos na execução do contrato. Em síntese, essas análises apontam os seguintes resultados:

- Uma verba de R\$21 milhões em um ano, com 60% do valor investido em mídia e 40% em serviços de terceiros seria assim distribuída:
 - R\$12.600.000,00 em mídia e R\$8.400.000,00 em serviços sobre os quais incidem os honorários a serem propostos.

• Este cenário aponta para uma receita de R\$6.230,00/mês para um honorário de 0,89% e **R\$70,00/mês para um horário de 0,01%.**

- A mesma verba alocada com investimento de 65% em mídia e 35% em serviços de terceiros, assim se comporta:
 - R\$13.650.000,00 em mídia e R\$7.350.000,00 em serviços sobre os quais incidem os honorários a serem propostos.

• As receitas a serem auferidas pelas agências nesse contexto, são: R\$5.451,25/mês para 0,89% de honorário e **R\$61,25/ano para um honorário de 0,01%.**

*Essas estimativas consideram que toda e qualquer criação será feita pela equipe interna do Sesc. Na prática, a hipótese trabalha com o maior valor possível a ser auferido pela agência a título de honorários, pois o serviço de criação tem seu valor estabelecido pelo desconto dado na Tabela SINAPRO.

Considerando, portanto, que as propostas deveriam apresentar duas casas decimais, e que não seriam admitidas propostas que “*apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado*”, a recorrente descartou de pronto a hipótese de valorar o percentual determinante do resultado do certame em 0,01%, dado que este valor resultaria em **uma receita mensal, na melhor hipótese, de R\$70,00 (setenta reais).**

Ou seja, uma receita média de R\$70,00 (setenta reais) mensais, sem contar os impostos incidentes!

Além de a receita média mensal de R\$ 70,00 (setenta reais) ser simbólica, irrisória e incompatível com os preços de mercado, não existe um número que seja maior que 0,00% e menor que 0,01% dentro da escala exigida pelo Termo de Referência de dois décimos. Assim, **se a escala estipulada já não permitia proposta inferior a 0,01%, qual seria o preço simbólico ou irrisórios de que fala o item 9.7? Qualquer que seja a resposta, será necessariamente acima de 0,01% de honorários, sob pena de invalidar a própria redação do item 9.7 do Termo de Referência.**

A i. Comissão de Licitação considerou válidas as propostas que ofereceram 0,01%. Porém, como visto acima, **ao se traduzir esse percentual em um preço concreto**, ele representa uma receita bruta mensal de R\$70,00.

Considerando o disposto no item 5.17, que informa que *“os serviços deverão ser prestados nas dependências da contratada, e/ou nas unidades do Sesc em Minas para casos de reuniões, apresentações ou outros compromissos pontuais, previamente acertados entre as partes. As reuniões de rotina poderão acontecer de forma remota ou presencial, conforme interesses do Sesc em Minas”*, sequer os valores de táxi, transporte por aplicativo ou estacionamento de carro próprio nos arredores do Sesc em Belo Horizonte seriam cobertos por um valor de R\$70,00 por mês.

Por outro lado, uma receita bruta mensal de R\$5.451,25, resultante da aplicação de 0,89% de honorários sobre o valor de 35% da verba (pior cenário dos indicados pelo Sesc para a alocação de verba em serviços de terceiros), seria capaz de custear, por exemplo, o valor de um profissional de produção exclusivamente dedicado ao Sesc. Certamente, os R\$65.415,00 seriam um valor significativo no rateio das despesas anuais da agência durante a execução do contrato ao longo de doze meses. O que, definitivamente, não seria o caso dos R\$735,00 máximos obtidos pela aplicação dos 0,01% de honorários.

É fato que termos como “preços simbólicos” e “irrisórios” podem comportar alguma subjetividade de interpretação, e, à primeira vista, tanto 0,01% quanto 0,89% podem parecer simbólicos e irrisórios. **Traduzidos em termos numéricos, entretanto, a subjetividade desaparece.** Uma receita mensal de R\$61,25 é irrisória; uma receita mensal de R\$5.451,25, não. Assim como uma receita mensal de R\$70,00 é irrisória frente ao valor mensal de R\$6.230,00.

Com a devida vênia, a i. Comissão talvez não tenha se debruçado sobre as implicações práticas de tais percentuais na realidade do contrato em questão, lidando apenas com os percentuais entre si: 0,01%, 0,89% ou mesmo 1,00%. Mas a aplicação efetiva desses valores mostra uma realidade diferente. E sobre a qual não cabe interpretação semântica que transforme R\$61,25 por mês em um valor significativo frente a R\$5.451,25.

A única conclusão plausível, diante dessas considerações, é a de que a proposta de 0,01% em relação ao item B oferecida pelas agências licitantes FLD S/A, PERFIL 252 COMUNICAÇÃO COMPLETA LTDA, FAZ PUBLICIDADE LTDA, DP BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA e AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA **contrariaram o disposto no item 9.7. do Termo de Referência anexo ao Edital**, segundo o qual *“não se admite proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado”*.

III - PEDIDO

Pelo exposto, pede-se a desclassificação das agências licitantes, e, portanto, da vencedora do sorteio, AZ3 Publicidade e Propaganda Ltda, que ofereceram a proposta de 0,01% em relação aos “honorários de acompanhamento de produção de serviços e suprimentos externos junto a fornecedores especializados” (item B), com base no disposto no item 9.7 do Termo de Referência.

Pede deferimento.

Belo Horizonte/MG, 24 de maio de 2024.



TOM COMUNICAÇÃO LTDA.

CNPJ nº 04.406.696/0001-01