

**AO ILUSTRÍSSIMO SENHOR SUPERINTENDENTE DO SESC-TO E À
DIRETORIA REGIONAL DO SESC-TO, POR INTERMÉDIO DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÃO,**

CONCORRÊNCIA Nº 000002-25- CC – SESC-TO

A Empresa **Cannes Publicidade Ltda.**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 01.542.307/0001-87, sediada à Rua 17-A, nº 933, Setor Aeroporto, Goiânia, Goiás, Cep.: 74.070.100, telefone: (62) 3219-7000 ou (62) 99419-6379, e e-mail: trafego1@cannes.com.br, midiato@cannes.com.br, por intermédio de seu representante legal subscrito ao final, vem, com o devido respeito, à augusta presença de Vossa Senhoria, apresentar Recurso Administrativo, que passa a expor.

RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra a decisão da **Comissão Permanente de Licitação** e da **Subcomissão Técnica** sobre o julgamento da **Proposta de Preços** das agências **Cannes Publicidade Ltda.**, **Propaganda Desigual Ltda.**, e **Public Propaganda e Marketing Ltda.**, referente ao presente processo licitatório, mediante as razões de fatos e de direito a seguir aduzidas.

I – DA TEMPESTIVIDADE

A 3ª Sessão da referida licitação ocorreu na data de 07 de abril de 2025, **sendo que a publicação da Ata da 3ª Sessão ocorreu no mesmo dia.**

Reza o Art. 30, da Resolução SESC N.º 1.593/2024, REGULAMENTO DE LICITAÇÕES E CONTRATOS DO SESC:

“Art. 30. Caberá recurso da decisão da declaração de licitante vencedor no prazo de dois dias úteis, com efeito suspensivo.

§ 1.º No critério de licitação técnica e preço, caberá recurso nas fases previstas no edital.

§ 2.º Os participantes que puderem ter a sua situação no processo afetada pela reconsideração da decisão poderão

se manifestar sobre o pedido no prazo de 2 (dois) dias úteis, a contar da publicação do resultado.”

Portanto, o prazo para a apresentação dos recursos administrativos estende-se até o dia 09 de abril de 2025, restando **tempestivo** o presente RECURSO.

II – DO MÉRITO

DA PROPOSTA MAIS VANTAJOSA

Preliminarmente, é imperioso destacar que a licitação é um procedimento administrativo composto de atos ordenados e legalmente previstos, mediante os quais o SESC/SENAC-TO, através do artigo 2º de seu Regulamento de Licitações e Contratos/Resolução nº 1.593/2024, busca selecionar a proposta mais vantajosa. Todavia, cada um dos seus atos deve ser conduzido em estrita conformidade com os princípios constitucionais e os parâmetros legais.

Nesse sentido, do ponto de vista ético e constitucional, o professor Diógenes Gasparini ressalta duas das finalidades da licitação: Primeiro, visa selecionar a proposta mais vantajosa, que traga os maiores benefícios financeiros aos órgãos licitantes. E, em segundo lugar, **oferecer igual tratamento** aos que desejam participar do processo licitatório, especificamente, aqui, conforme expresso no art. 2º, da Resolução SESC N.º 1.593/2024, REGULAMENTO DE LICITAÇÕES E CONTRATOS DO SESC E DO SENAC, segundo o qual o julgamento garantirá a transparência, isonomia, ética, integridade e legitimidade do processo licitatório.

*“Art. 2.º O presente Regulamento deve ser interpretado de acordo com as premissas afetas à natureza jurídica privada dos serviços sociais autônomos, em especial:
I - seleção da proposta mais vantajosa e garantia da transparência, da isonomia, da ética, da integridade, da legitimidade, da eficiência, da celeridade e da objetividade da aplicação dos recursos, práticas de controle e de colaboração, bem como o alcance de suas finalidades institucionais;” (grifo nosso)*

Também reverenciamos as palavras do renomado jurista Hely Lopes Meirelles, que também ressoam na atividade privada. Senão vejamos:

*“A escolha da proposta 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.” (Grifo nosso)*

Vale destacar também, nesse sentido, as lições éticas da ilustre professora Maria Sylvia Zanella Di Pietro, quando esta se refere ao princípio da **Legalidade** em licitações:

*“Trata-se de princípio essencial cuja inobservância enseja nulidade do procedimento. Ainda tem seu sentido explicitado, segundo o qual “a **Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada**”. (grifo nosso)*

De pronto, concluímos que não há como se falar em proposta mais vantajosa que não esteja em consonância com as **normas do Edital** e os princípios que regem a licitação. Assim, veremos pontualmente que tanto a Subcomissão Técnica quanto a Comissão Permanente de Licitação, não cumpriram as regras estabelecidas no Edital.

Frisa-se, mais uma vez que, inexistente proposta mais vantajosa, do ponto de vista ético, sem o devido cumprimento das normas editalícias. Outrossim, revela-se perceptível que a Subcomissão Técnica e a Comissão Permanente de Licitação não se atentaram completamente no julgamento das Propostas de Preços das licitantes cometendo irregularidades gravíssimas no certame.

III - DAS IRREGULARIDADES COMETIDAS PELA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ilustríssimo senhor presidente da Comissão Permanente de Licitação, é notório que o **ADENDO-2, deixa claro que não será permitido aos licitantes aplicar percentuais de honorários no item 16.2.3.1-alínea “c”, inferior a 7,5% (sete e meio por cento).** Veja abaixo o texto do Adendo-2, sendo:



Item 16.2.3.1 subitem c) Percentual, a título de honorários, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, não sendo admitido percentual inferior a 5% e superior a 10% (Normas- Padrão da Atividade Publicitária – CENP, subitem 3.6.2);

LEIA-SE:

Item 16.2.3.1 subitem c) Percentual, a título de honorários, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, não sendo admitido percentual inferior a 7.5% (Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, subitem 3.6.2).

Senhor presidente, veja abaixo como seria a pontuação do item 16.2.3.1-
alínea “C” de acordo com o que estabelecia no Edital, sendo:

		De 10% a 15%	1 ponto
c) Percentual, a título de honorários, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, não sendo admitido percentual inferior a 5% e superior a 10% (Normas-	10 pontos	5%	10 pontos

Sesc - Serviço Social do Comércio | Departamento Regional Tocantins | Sede Administrativa
Quadra ACSU NO 40, Av. Teotônio Segurado, Conj. 01, LT 19, Nº 19 - Palmas/TO - CEP 77001-226
TEL (63) 3219-9101 | www.sescto.com.br

Página 25 de 59

Clicksign 6459eb37-07f8-4f0a-9b2f-ddbf9e03fd33



Padrão da Atividade Publicitária – CENP, subitem 3.6.2);			
		6%	7 pontos
		7%	5 pontos
		8%	3 pontos
		Acima de 8%	1 ponto

Senhor presidente, observe acima que o item 16.3.2.1-alínea “c”, do Edital tem as seguintes apções de honorários, sendo:

- * 5% - 10 pontos;
- * 6% - 07 pontos;
- * 7% - 05 pontos/
- * 8% - 03 pontos;
- * Acima de 8% - 1 ponto.

Ocorre que, o Adendo-2, estabelece o seguinte, para o item 16.2.3.1-alínea “c”, sendo: Veja abaixo:



Item 16.2.3.1 subitem c) Percentual, a título de honorários, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, não sendo admitido percentual inferior a 5% e superior a 10% (Normas- Padrão da Atividade Publicitária – CENP, subitem 3.6.2);

LEIA-SE:

Item 16.2.3.1 subitem c) Percentual, a título de honorários, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, não sendo admitido percentual inferior a 7,5% (Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, subitem 3.6.2).

Observe acima que o ADENDO-2, é claro ao estabelecer que **(não sendo admitido percentual inferior a 7,5 (sete e meio por cento), para o item 16.2.3.1-alínea “c”** do edital.

Senhor presidente, a partir do momento que o ADENDO-2, proíbe aplicar percentual inferior a 7,5% (sete e meio por cento), no item 16.2.3.1-alínea “c”, os itens 6% e 5% estariam impedidos de ser PRATICADOS pelas licitantes. Ou seja, nenhuma das licitantes poderiam alcançar os 40 (quarenta) pontos estabelecidos no item 16.2.2 do Edital.

Veja o que estabelece o item 16.2.2 do Edital, em relação à Proposta de Preços, total de **40 pontos**:



16.2.2 - Em seguida, as PROPOSTAS DE PREÇOS serão analisadas e julgadas pela Comissão Permanente de Licitação que, ao final, atribuirá a elas, por meio da somatória dos pontos de cada quesito, uma pontuação total de 0,0 (zero vírgula zero) a 40 (trinta) pontos.

Veja ainda o que estabelece o item 16.3.1 do Edital, em relação à Proposta de Preços, a regra é clara: $NF = (0,60 \times NT) + (0,40 \times NP)$. Nota de preços 40 pontos.

16.3 - DAS NOTAS FINAIS E DO RESULTADO DO CERTAME:

16.3.1 - O cálculo da nota final (NF) das propostas das licitantes será feito de acordo com a média ponderada das valorizações da PROPOSTA TÉCNICA e da PROPOSTA DE PREÇOS, de acordo com a fórmula abaixo:

$$NF = (0,60 \times NT) + (0,40 \times NP)$$

Onde:

NF = Nota Final;

NT = Nota da Proposta Técnica;

NP = Nota da Proposta de Preços.

Senhor Presidente, não há qualquer dúvida no Edital de que as Propostas de Preços deveriam chegar ao total de 40 (quarenta) pontos. Mas, o ADENDO-2, limitou o total da Proposta de Preços a **35 (trinta e cinco) pontos**, ao proibir os licitantes de aplicar os percentuais de desconto de **(6%= 7 pontos e 5%= 10 pontos)** sob o item 16.2.3.1, alínea “C” das propostas de preços.

Portanto, ilustríssimo senhor presidente, fica claro pelo exposto acima que a Comissão Permanente de Licitação, **alterou a alínea “C” do item 16.2.3.1**, mas não alterou os **PERCENTUAIS DE PONTUAÇÃO** para que os **ÍNDICES praticados nesta alínea “c” alcançassem o total de 10 (dez) pontos**, conforme o edital exigia.

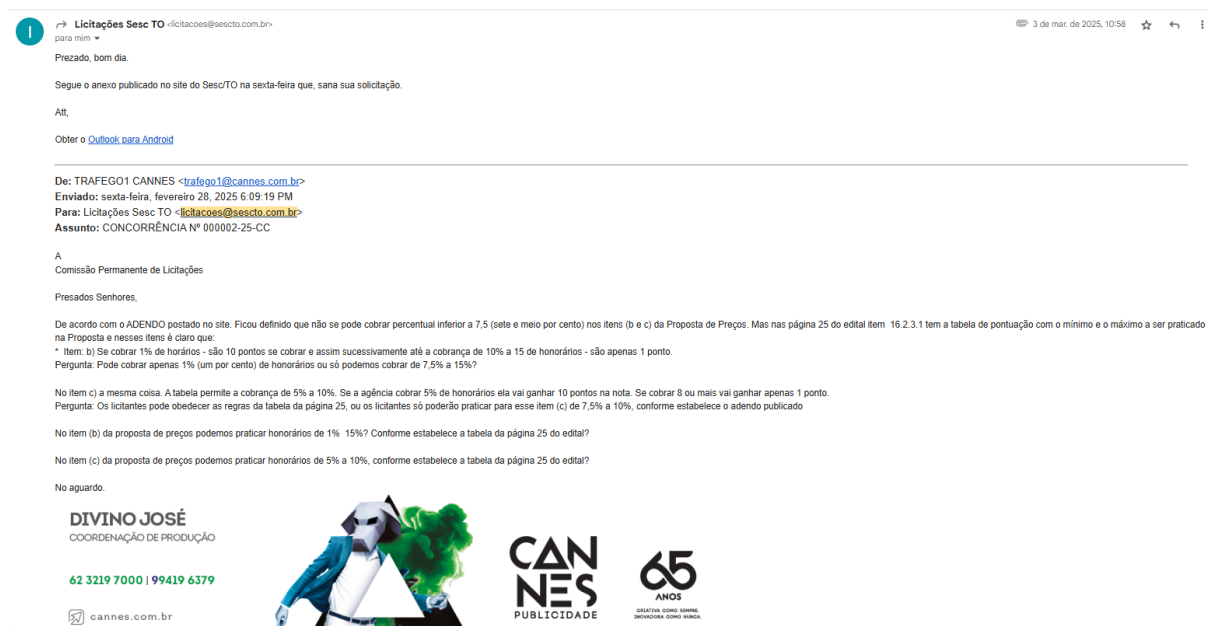
Veja abaixo como ficou o total das notas, aplicando os 7,5% (sete e meio por cento) no item 16.2.3.1-alínea “c”, conforme estabelece o Adendo-2, sendo:

ITEM: 16.2.3.1 - PONTUAÇÃO A SEGUIR		
A	PONTOS	TOTAL MÁXIMO DE PONTOS
60,0%	1	
61 A 70%	5	
71 A 80%	10	
81 A 90%	15	
91,0%	20	20 - PONTOS
B	PONTOS	
1,00%	10	10 - PONTOS
2,00%	9	
3,00%	7	
4,00%	5	
5,00%	3	
6,00%	2	
7,50%	1	
8,00%	3	
9,00%	2	
10 A 15%	1	
C	PONTOS	
5,00%	10	
6,00%	7	
7,00%	5	5 - PONTOS
8,00%	3	
ACIMA 8%	1	TOTAL DE 35 PONTOS
OBS.: O Adendo-2 restringiu os licitantes a aplicarem desconto inferior a 7,5% no item "C", dessa forma, a nota máxima neste item seria de 5 (cinco pontos). Ou seja, o total máximo a ser alcançado seria 35 pontos e não os 40 pontos estabelecidos no item 16.2.2 do Edital.		

Senhor presidente, o Adendo-2 restringiu os licitantes a darem um desconto maior ao Sesc-TO, gerando prejuízo para a instituição, e impediu os licitantes de cobrirem o percentual de desconto da primeira colocada.


Senhor presidente, na data de 28/03/25, perguntamos a CPL se poderíamos aplicar percentuais, inferiores aos 7,5%(sete e meio por cento). A CPL respondeu que deveríamos seguir o ADENDO-2, e o adendo-2, deixou claro que não poderíamos praticar honorários inferiores a 7,5% para o item 16.2.3.1-Alínea “c” do Edital.

Veja a resposta do e-mail abaixo:



Na 3ª Sessão a CPL não percebeu que a agência (PUBLIC) praticou honorários inferiores aos 7,5% para a alínea “c” do item 16.2.3.1 do Edital, sendo:

Veja o que o ADENDO-2 diz: **(não sendo admitido percentual inferior a 7,5%) para o item 16.2.3.1-alínea “C”.** Vejam que a licitante (PUBLIC) aplica honorários de 5% (cinco por cento) nesta alínea (c). Ou seja, de acordo com o Adendo-2 esse percentual para o item 16.2.3.1-alínea “c” não poderia ser aplicado.



		(Normas Padrão da Atividade Publicitária – CENP, subitem 3.6.1)	Publicitária – CENP, subitem 3.6.2)	
CANNES PUBLICIDADE LTDA	91%	7,5%	7,5%	26
DESIGUAL PROPAGANDA LTDA	91%	1%	8%	33
PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA- EPP	81%	2%	5%	34

Em seguida, a Comissão Permanente de Licitação, realizou o cálculo das notas finais do certame, conforme disposto nos itens

$$NF = (0,60 \times NT) + (0,40 \times NP)$$

Veja acima que a PUBLIC aplica honorários de 5% para a alínea “c” do item 16.2.3.1. Esses 5%(cinco por cento) de honorários aplicados pela agência PUBLIC, na alínea C, acarretariam de imediato a sua desclassificação, fato esse que não ocorreu na 3ª Sessão.

Diante dos fatos ocorridos, não há o que se fazer a não ser a anulação do processo licitatório. As regras de uma licitação não podem ser alteradas com a mesma em andamento.

Vejam o que estabelece os artigos 62 e 63 da Resolução Sesc/Senac:

Art. 62. Os procedimentos licitatórios não têm natureza jurídica de propostas de contratação, de forma que instrumentos convocatórios deverão assegurar à contratante o direito potestativo de cancelar a licitação a qualquer momento, sem que isto gere aos licitantes qualquer direito, inclusive de reparação a eventuais perdas e danos ou de lucros cessantes.

Art. 63. A inobservância deste Regulamento pode ensejar, em caso de comprovado prejuízo ao patrimônio da contratante, a anulação da contratação resultante do procedimento irregular e a adoção de providências para responsabilização civil e penal dos

que tenham contribuído com ação ou omissão para o resultado danoso.

Como se vê, a anulação é o meio utilizado quando o ato específico ou todo o procedimento é ilegal. O ato administrativo, quando realizado em discordância com preceito legal, é viciado, defeituoso, devendo, assim, ser anulado. Neste caso, não há margem para a administração deliberar sobre o atendimento ao interesse público; a mera quebra de premissas de lei ocasiona o vício, sendo passível de anulação, suscitada de ofício pela autoridade ou por terceiros interessados. Como bem discorre nosso o Egrégio Tribunal de Justiça do Paraná, sobre anulação:

"APELAÇÃO CÍVEL MANDADO DE SEGURANÇA ANULAÇÃO DE CERTAME LICITATÓRIO MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS PARECER DO TRIBUNAL DE CONTAS LEGITIMIDADE DESTE PARA FISCALIZAÇÃO DOS ATOS ADMINISTRATIVOS PODER DISCRICIONÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA ATO ANULATÓRIO QUE OPERA EFEITOS EX TUNC ASSINATURA DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS IRRELEVÂNCIA DECISÃO CORRETA RECURSO NÃO PROVIDO. Não há margem de discricionariedade para defender o ato defeituoso. Não se admite a invocação de um pretenso interesse público para a manutenção do ato viciado. Aliás, muito pelo contrário: um ato inválido, por si só, é suficiente para ofender o interesse público. A defesa do interesse público impõe o respeito ao direito. Revelado o vício de nulidade, o ato administrativo deve ser desfeito. Tratando-se de anulação, obrigatório desfazimento não pode se obstaculizado por direitos adquiridos. Como se reconhece de modo pacífico, ato administrativo inválido não gera direito adquirido.

Há que se registrar também que, na proposta Técnica a Licitante Desigual Propaganda Ltda, ela praticou concorrência desleal com os outros licitantes, ao não custear itens exigidos na proposta técnica e que não foram cobrados/majorados. Lembrando que não foi cobrado nem o valor da Tabela Sinapro-TO para o item VT-15" OOH. Fato esse que comprova irregularidades também na proposta técnica da licitante Desigual. Tudo isso será, no futuro, registrado em Mandado de Segurança e comunicado ao Ministério Público e Sistema Compliance.

Por fim, espera-se que a autoridade superior tome as rédeas do presente processo para sanar de vez as irregularidades cometidas mediante **ANULAÇÃO DO CERTAME**, sob pena de o Judiciário vir a fazê-lo, com prejuízo ainda maior para a administração.

CONCLUSÃO:

Ante ao que foi exposto, e tendo a recorrente demonstrado de forma inequívoca as ilegalidades cometidas na **CONCORRÊNCIA Nº 000002-25-CC** e levando-se em conta o alto grau de espírito público da administração do Sesc-TO, requer que o presente recurso seja **CONHECIDO** e no mérito seja **PROVIDO** para **DECLARAR A NULIDADE** da **CONCORRÊNCIA Nº 000002-25-CC**.

Palmas-TO, 09 de abril de 2025.

Cannes Publicidade Ltda.
Zander Campos da Silva
Diretor Superintendente.
OAB-GO Nº 1767