



Curitiba, 06 de dezembro de 2016.

**Para**

**DIRECT FÁCIL ADMINISTRADORA DE CARTÕES – EIRELI – ME**

Rua Milton José Robusti, 75

Ribeirão Preto/SP

Prezado Senhor Bruno Salvadori.

Recebemos sua correspondência, via e-mail, impugnando parcialmente o **item 2** do Termo de Referência do edital de Licitação – Pregão Presencial/CRECI/PR nº 004/2016, que trata do “objeto”.

Da leitura do expediente, vê-se que a irrisignação dessa empresa prende-se à exigência das bandeiras: (i) VISA; (ii) MASTERCARD; (iii) ELO; e, (iv) HIPERCARD.

Segundo visão de Vossas Senhorias, o Edital deve ser reformulado para exigir apenas duas dessas bandeiras: MasterCard e Visa.

O argumento central reside no fato de que as duas maiores bandeiras, no Brasil, são as acima indicadas (MasterCard e Visa), as quais atingiriam uma fatia do mercado próximo a 90% (noventa por cento).

Narra ainda o documento dessa empresa que “(...) *devemos destacar a notícia postada pelo SEBRAE em seu site que em breve síntese diz “de um modo geral, as maiores bandeiras (Visa e Mastercard), que respondem pela maioria das operações, têm seus cartões (marca) aceitos pela quase totalidade dos equipamentos de captação (POS)”*.”

O e-mail pondera, outrossim, *ipsis litteris*, que “fica nítido que a manutenção das bandeiras ELO e HIPER, é descabida já que a participação destas bandeiras no mercado é ínfima, e ainda fere alguns princípios que permeiam todo o processo licitatório, quais sejam:

- a) *O princípio da Princípios da Economicidade e Eficiência (sic), que se traduz no processo licitatório como a escolha da proposta mais vantajosa, e neste caso, já que a modalidade é o Pregão, e nesta há uma fase de lances, a administração tem obrigação que o processo licitatório reúna tantas empresas interessadas quanto possíveis para que haja uma EFETIVA etapa de lances, e assim, atinja-se o melhor preço.*
- b) *E o Princípio da Motivação, uma vez que a administração pública tem por obrigação expor os fundamentos de suas decisões, e neste caso, não há no bojo do processo, fundamentos suficientes que justifique*



Comissão Permanente de Licitação



*a manutenção destas bandeiras, uma vez que já demonstrada que a participação do mercado das duas é ínfima, e pode (no caso VAI) limitar o número de empresas interessadas”.*

Em vista do exposto, essa empresa requer que sejam retirados do Edital a exigência das bandeiras ELO e HIPER, por serem pouco utilizadas e também porque causariam restrição à participação de outros eventuais interessados.

Por fim, Vossas Senhorias se propõem a indicar um modelo de edital, com contrato vigente.

Esse é o resumo da impugnação e do pedido.

-----

A pretensão não tem a menor consistência e merece ser indeferida.

Veja-se que ao contrário do que fala a impugnante, *"nenhuma bandeira de cartão cresceu tanto no Brasil nos últimos três anos como a **Elo**, criada em 2010 por meio de uma parceria entre três pesos-pesados da economia brasileira: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Bradesco. No final de 2014, o número de cartões em circulação com a logo da Elo chegou a mais de 15,5 milhões, segundo dados do Banco Central, o que dá à nova companhia o terceiro lugar no ranking entre as bandeiras mais populares do país. Atrás da Elo estão nomes com décadas de experiência nacional, como a Hipercard, a American Express e a Diners. Em dois anos, o volume movimentado pela nova bandeira saltou de R\$ 2,3 bilhões para R\$ 68,2 bilhões por ano"* (FONTE: Época negócios – <http://epocanegocios.globo.com/Dinheiro/noticia/2016/02/ele-cresce-e-vai-disputar-lideranca-com-visa-e-mastercard.html>).

Quanto à outra bandeira (Hipercard), a situação não é diferente. Leia-se essa notícia:

*"O Itaú Unibanco deve anunciar hoje o relançamento da sua bandeira de cartões Hipercard, agora batizada de Hiper, conforme fontes ouvidas pelo Broadcast, serviço em tempo real da Agência Estado. O objetivo da instituição, segundo as mesmas fontes, é concorrer com a também nacional Elo, do Bradesco, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal.*

*O cartão com bandeira Hipercard, mais utilizado nas regiões Nordeste e Sul, tem aceitação nacional em cerca de 460 mil estabelecimentos comerciais credenciados no Brasil. São cerca de 13,5 milhões de cartões emitidos desde a sua criação, em 1970.*

*Hoje, somente as bandeiras relevantes, ou seja, com mais de 20% de participação, não podem ter acordos de exclusividade com adquirentes.*

*Hipercard, agora Hiper, e Elo disputam o mercado brasileiro com as bandeiras líderes Mastercard e Visa. A Elo, do Bradesco, BB e Caixa,*



# CRECI 6ª REGIÃO • PR

CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS

Comissão Permanente de Licitação



*tem como meta ter 15% do mercado até 2016. Lançada em 2010, a bandeira tem 20 milhões de cartões emitidos e é aceita em 1,3 milhão de estabelecimentos. O faturamento da empresa foi de R\$ 2,3 bilhões no primeiro trimestre". (FONTE: Estadão economia – <http://economia.estadão.com.br/noticias/geral,itau-unibanco-reforca-hipewrcard-para-atacar-a-elo-imp-,1081058>).*

Assim, muito embora as bandeiras MasterCard e Visa sejam realmente as líderes do mercado, não significa dizer que outras, como a **Hiper** e **Elo**, são insignificantes e prejudicariam a maior participação de concorrentes.

Ademais, é notório que quanto mais bandeiras de cartões o CRECI/PR aceitar, serão possíveis mais recebimentos, além da vantagem e comodidade oferecidas aos nossos clientes que são os corretores de imóveis do Paraná.

Afinal de contas o que se pretende, sobretudo, é facilitar a vida do pagador e não escolher as bandeiras de acordo com os interesses e vantagens dos licitantes.

Limitar a exigência das bandeiras em apenas duas, ainda que sejam as maiores, como equivocadamente pretende a impugnante, ai sim significa restringir a probabilidade dos corretores pagarem suas anuidades por esse sistema.

POSTO ISSO, a Comissão Permanente de Licitação decidiu, à unanimidade, em **indeferir** a impugnação e manter hígido o Edital.

REINALDO JAMURCHAWSKI  
Presidente

MARCELO MIRANDA  
Membro

MARCOS MILEKE  
Membro