



Cachoeiro de Itapemirim - ES, 14 de maio de 2021.

À empresa:

ARKUS PROPAGANDA LTDA

Sr^a. Kelyna Moreira Dias

Referência: Impugnação ao Edital de Tomada de Preços 01/2021

Prezada Senhora,

A par de respeitosamente cumprimentá-la, vimos pelo presente responder à Impugnação 01/2021 (protocolo geral 5500/2021) apresentada ao Edital de Tomada de Preços 01/2021 (processo 7051/2020) nos termos que se seguem:

01. DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE

Inicialmente, cumpre destacar que a empresa apresentou a impugnação no dia 11/05/2021, contudo, por problemas técnicos no Setor de Protocolo, o documento foi registrado como “Ofício, número próprio 105, protocolo geral 5171, processo 5449/2021”. O problema técnico foi sanado no dia 12/05/2021 quando foi realizado o protocolo correto do documento como “Impugnação, número próprio 01, protocolo geral 5500, processo principal 7051/2021”. Não obstante, considerando data do protocolo inicial 11/05/2021 e a

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





data da sessão de abertura 17/05/2021, a impugnação foi apresentada tempestivamente.

02. DAS SUPOSTAS IRREGULARIDADES APRESENTADAS PELA IMPUGNANTE

“A. BRIEFING INSUFICIENTE PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA. BRIEFING EM DESCONFORMIDADE COM O DISPOSTO NA LEI 12.232/2010 E DEMAIS NORMAS”

Sobre o pedido de impugnação do briefing:

1) Todas as alegações da Impugnante relacionadas ao briefing se baseiam na Instrução Normativa N° 3, de 20 de abril de 2018, da Secretaria-Geral da Presidência da República, cujas regras ela própria, a Impugnante, admite serem obrigatórias apenas para as licitações do Poder Executivo Federal.

2) Após reconhecer o alcance restrito da mencionada Instrução Normativa N.º 03, a Impugnante defende, em “não havendo regulamentação para as demais esferas”, ser de “bom grado” que ela passe a ser seguida também por órgãos de outras esferas, baseando-se para isso em entendimento de Cláudio Maurício Freddo e recomendação da Unidade Técnica da Corte de Contas Mineira. Ora, o argumento (“ser de bom grado”) nos parece subjetivo e insuficiente, ainda mais ao considerarmos que a utilização do briefing é prevista na Lei 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, e é totalmente obedecida pelo edital.

3) A alegação de que o briefing “não contém as informações suficientes para elaboração de uma campanha simulada” também se baseia, conforme explicitado no texto, nas normas da Instrução Normativa nº 03 da Presidência da República para a publicidade federal. Aliás, importante observar que o item III do item 5.1 do edital da Câmara, onde se regulamenta a apresentação da Proposta Criativa, não requer a elaboração de uma campanha, como alega a licitante, mas sim de “peças publicitárias”. A única menção a campanha encontra-se no item 5.1.5, do qual não se pode inferir que a apresentação de campanha seja obrigatória, já que a referência destaca apenas que não é obrigatória a produção e veiculação de eventual campanha elaborada pela vencedora da licitação.

Além disso, a alegação sobre a insuficiência do briefing é defendida pela Impugnante com a comparação a edital do município de Itapemirim, o que comprova apenas que a Impugnante considera ser o briefing de um edital supostamente melhor que o outro. Ou seja, mais uma vez a Impugnante utiliza alegação baseada em critérios subjetivos, o que fica ainda mais claro quando ela interpreta trechos do briefing do edital de Itapemirim, classificando-os com conceitos não presentes no texto original (situação geral, desafio da comunicação, objetivos da comunicação, público-alvo, praça, período, verba referencial). Reitere-se, mais uma vez, que estes conceitos estão previstos na Instrução Normativa Nº 03, e não são todos os previstos ali, o que demonstra que a Impugnante lhes deu tratamento seletivo, utilizando apenas aqueles que ela supostamente conseguir identificar, segundo sua interpretação subjetiva.

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





4) Note-se ainda que, embora não obrigatório, as informações do briefing do edital da Câmara também podem ser interpretadas com os mesmos conceitos utilizados pela licitante ao referir-se ao edital de Itapemirim, da seguinte forma:

Situação geral: resumo sobre a missão e atuação da Câmara, suas obrigações e limitações legais que devem nortear a apresentação da proposta técnica.

Objetivos da comunicação: “A comunicação do Poder Legislativo Municipal baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever do Poder Público informar”.

Desafios da comunicação: “Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social.”

O edital menciona ainda claramente quais são o público-alvo e as praças de veiculação. Já os dados sobre a “situação geral” do município de Cachoeiro de Itapemirim podem ser facilmente acessados por qualquer interessado nos sites da Câmara e da Prefeitura Municipal, além de ampla literatura existente sobre o tema – e sabemos que a pesquisa é fator básico para a elaboração de qualquer material publicitário. Já o período e a verba referencial, como já se disse, não são itens exigidos na Lei 12.231/2010, e menos ainda quando se considera que o edital não exige a apresentação de campanha, e sim de peças publicitárias.

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





Por tudo isso, há de se considerar infundadas e impertinentes as alegações apresentadas pela Impugnante, lembrando-se ainda que modelo semelhante ao do briefing utilizado no atual edital foi utilizado em muitas outras licitações anteriores da Câmara, o que nunca impediu a apresentação de propostas de preço e Ideias Criativas de alto nível pelas antigas licitantes.

“B. VIOLAÇÃO NA SISTEMÁTICA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”

Aponta a impugnante que o item 3.9 do edital afronta o disposto no art. 6º, I da Lei Federal 12.232/2010 no que tange à apresentação do envelope contendo documentos de Habilitação. No entanto, o edital é claro no item 7.2 quanto ao processamento e o julgamento da licitação determinando o seguinte procedimento nos incisos XII ao XV:

XII – Transcorrido o prazo recursal, convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XIII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIV - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93;

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





XV - reconhecida a habilitação dos licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado (grifos nossos)

Como destacado, tem-se claro que os documentos de habilitação serão apresentados somente pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas que serão convocados para este fim. Dessa forma, também julgamos descabida a alegação da impugnante quanto a este item, pois o Edital é claro quanto ao momento de apresentação dos documentos de habilitação.

“C. NÃO INDICAÇÃO DO PRAZO PARA PAGAMENTO”

Alega, ainda, a impugnante que a minuta do contrato não prevê o prazo limite para pagamentos dos serviços prestados. No entanto, nos itens citados pela própria impugnante há tal previsão, respeitando o disposto no art. 40, XIV “d” da Lei 8.666/93. Como se nota do item 2.4 da minuta contratual:

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO

2.4. Todo e qualquer serviço autorizado **será pago no prazo máximo de 30 (trinta) dias**, contados da respectiva veiculação, mediante a apresentação das notas fiscais da Contratada e dos veículos e fornecedores, bem como dos respectivos comprovantes de veiculação. (grifos nossos)

Portanto, quanto a este item, também não há razão à requerente, tendo em vista a previsão clara quanto ao prazo de pagamento.

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





D. LEGISLAÇÃO FEDERAL E NORMAS QUE REGEM O AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Alega a impugnante que deveria estar previsto no edital que a “atuação por conta e ordem do anunciante, conforme está prevista no artigo 15 do Decreto Federal nº 57.690/66, para salvaguardar o interesse público e evitar assim a bitributação elevação de custos para a Administração Municipal”.

Destaca-se que a minuta contratual prevê o seguinte quando ao preço e forma de pagamento:

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO

2.1. Pela prestação dos serviços autorizados, a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA até o valor estimado global de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), correspondentes aos serviços previstos na cláusula primeira deste contrato, aí incluídos divulgações e quaisquer custos internos ou externos que tenha inclusive descontos, honorários e outros.

2.2. -A Câmara Municipal reserva-se o direito de, a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista para a execução dos serviços de publicidade e sua decisão não gerará à Contratada a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

2.3. A contratada deverá apresentar a tabela de preços dos veículos de comunicação (onde se pretende que ocorra a veiculação) ou 03 (três) orçamentos de fornecedores (para custos que não sejam de veiculação),

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





de modo a comprovar que estes são os preços praticados no mercado.

2.4. Todo e qualquer serviço autorizado será pago no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da respectiva veiculação, mediante a apresentação das notas fiscais da Contratada e dos veículos e fornecedores, bem como dos respectivos comprovantes de veiculação.

2.5. - O Preço dos trabalhos internos, como planejamento, criação e execução até a arte-final serão calculados através de descontos de 50% (cinquenta por cento) sobre os itens constantes na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo (Sinapro).

2.6. - Os serviços e os suprimentos externos terão os seus preços orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Contratada. O Contratante pagará à Contratada “honorários” de 15% (quinze por cento) pertinentes a supervisão de produção externa calculados sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com fornecedores.

2.7. - Os serviços de mídia como planejamento, distribuição aos Veículos e check in serão remunerados à Contratada mediante o “desconto padrão” de 20% - de acordo com o § único do art. 11 da Lei nº 4.680/65 e Norma-Padrão da Atividade Publicitária editada pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão — concedido pelos veículos de comunicação e calculado sobre o preço de tabela, se não tiver ocorrido negociação de preço.

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





Ademais, independente da citação expressa do referido Decreto 57.690/66, o preâmbulo do edital já prevê a aplicação do mesmo:

1 - PREÂMBULO:

1.1 – A CÂMARA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM, ESTADO DO ESPÍRITO SANTO, através da Comissão Especial de Licitação, nomeada através da Portaria nº 144/2021, torna público para conhecimento dos interessados, que, no recinto da CMCI, localizada na Pça Jerônimo Monteiro, nº 70, Ed Juarez Tavares Matta, 3º andar, Centro, neste Município, será realizada, no dia **17 de Maio de 2021, às 10:00 horas**, a licitação, na modalidade Tomada de Preços, do tipo “**técnica e preço**”, execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global, visando a contratação de agência de propaganda, em conformidade ao que determina a Lei Federal nº 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis nº.s 8.883/94 e 9.648/98; pelas Leis nº.s 4.680/65 e 12.232/2010, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 24.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e pelas disposições deste Edital, conforme Processo Administrativo nº **7051/2020**.

Neste viés, percebemos que não há, e seria ilógico que houvesse, qualquer exigência legal nas leis federais para que o edital reproduza integralmente suas disposições e de outras normas correlatas.

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”





Uma vez que consta em seu texto e preâmbulo a previsão de contratação em conformidade com a Lei Federal nº 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis nºs 8.883/94 e 9.648/98; pelas Leis nºs 4.680/65 e 12.232/2010, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 24.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e não se encontra nada no Edital que seja contrário as mesmas, não há que se falar em infringência a estas leis.

03. CONCLUSÃO

Pelo exposto, pelas razões de fato e de direito acima aduzidas, entendemos não assistir razão à impugnante de forma que não há necessidade de suspensão do edital em análise.

TAMARA MOURETH ROSA

Presidente da Comissão Especial de Licitação

“Feliz a Nação cujo Deus é o Senhor”

