

EDITAL DE CONCORRÊNCIA N° 06/2023 SAMAE

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL E DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DO SAMAE DE TIMBÓ, DURANTE O PERÍODO DA CONTRATAÇÃO, NOS TERMOS REGIDOS PELO PRESENTE EDITAL E SEUS ANEXOS.

IMPUGNANTE: SERAPIO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

DECISÃO

I. DOS FATOS

Tratam-se de impugnação promovida pela empresa suso nominadas aos termos do Edital de Concorrência n° 06/2023 SAMAE, que objetiva a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL E DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DO SAMAE DE TIMBÓ, DURANTE O

PERÍODO DA CONTRATAÇÃO, NOS TERMOS REGIDOS PELO PRESENTE EDITAL E SEUS ANEXOS.

A empresa impugnante alega supostas irregularidades no edital, que lhe comprometem a validade, notadamente:

- a) **Falta de definição da quantidade e forma de apresentação das peças na alínea c) do item 7.2 da ideia criativa:** assevera que o edital não dispõe de forma expressa um limite de quantidade e forma de apresentação destas peças o que, em seu entendimento, contraria o que dispõe o inciso IX do art. 6 da Lei 12.232/2010, podendo ocasionar desequilíbrio no certame por admitir que competidores apresentem a quantidade e a forma que quiserem;
- b) **Designação dos envelopes contendo as propostas em dissonância com o entendimento da lei:** aponta irregularidade no item 6.1, 7.1 e 7.4.1 acerca do teor e forma de disposição dos envelopes, os quais, em seu entendimento deveriam condizer a: Envelope nº01: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada; Envelope nº2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada; Envelope nº3: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, e não como consta no edital onde o envelope 3;
- c) **Proposta de preços admitindo negociação do desconto padrão:** o item 8.1.1, alínea “c” do edital prevê que além do desconto padrão de 20% sobre os custos de veiculação, seria permitida a negociação de preços por parte do SAMAE diretamente com o veículo a ser utilizado pela licitante; hipótese que entende contrariar as normas padrão da atividade publicitária, pois o valor do desconto somente pode ser negociado entre a agência e o anunciante e não entre o samae e o anunciante;
- d) **Falta de conceituação acerca do que é considerado indicação do desempenho da proponente, no item 7.3.1.2 alínea “a” do repertório:** alega indefinição acerca do método de avaliação do repertório, asseverando que o conteúdo está limitando peças e não clientes em afronta a recomendações da SINAPRO/SC;
- e) **Momento de escolha da subcomissão:** o item 11.2 alínea b do edital dispõe que o sorteio da subcomissão ocorrerá na mesma seção pública em que ocorrerá o recebimento dos envelopes, o que, em seu entendimento pode ferir a lei 12.323/2010 que em seu artigo 11,

§1º que dispõe que os membros da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros das propostas técnicas e de preços, compreendendo que tal sorteio deveria ocorrer de forma isolada com outros procedimentos;

Com fundamento nos pontos alhures, requer o conhecimento e provimento da impugnação para o fim de corrigir o edital nos moldes propostos.

Sendo tempestiva a impugnação, os autos foram remetidos para análise e decisão.

II. DO MÉRITO

Vistos e examinados os termos da impugnação, constata-se que se trata de questões que já foram objeto de análise e decisão anteriormente proferida por esta autoridade, conforme publicação disponível em: <https://www.timbo.sc.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Decisao-Impugnacoes-Concorrencia-no-06.2023-SAMAE.pdf> e que, para os fundamentos utilizados pela mesma, decidiu pela improcedência e manutenção dos termos do edital

Neste sentido, destacamos os fundamentos utilizados anteriormente e que, ainda agora, justificam a manutenção do edital nos exatos moldes em que se encontra, destacando:

a) **Falta de identificação da forma de apresentação do plano de comunicação:**

Ao contrário do que faz crer, **não há omissão na forma de definição da apresentação do conteúdo do envelope 1**, de modo que, para evitar qualquer restrição alusiva a identificação do mesmo, conforme exigido pelo art. 11 da Lei, **todas as folhas deverão ser apresentadas soltas no envelope, sem qualquer forma de grampo ou encadernação, fato este, inclusive, exhaustivamente esclarecido junto ao endereço: <https://www.timbo.sc.gov.br/licitacao/06-2023-samae/>**

b) **Designação dos envelopes contendo as propostas em dissonância com o entendimento da lei:**

Conforme já decidido anteriormente, a disposição constante no edital, embora não seja a habitualmente utilizadas nas mais recentes licitações, nem siga a recomendação da cartilha da SINAPRO, NÃO CONTRARIA A LEI DE REGENCIA DA LICITAÇÃO, estando no âmbito da discricionariedade do gestor.

Conforme depreende-se do texto legal em que se fundamentam o item 6.1 do edital, qual seja, art. 9º da Lei nº 12.232/2010, a definição dada pelo impugnante sobre a sequência e forma de disposição dos conteúdos dos envelopes 2 e 3 não está expressamente definida na lei, desde que o conteúdo do envelope 1 **destinado a via não identificada do plano de comunicação publicitária seja distinto do destinado ao identificada e das demais informações integrantes da proposta técnica**. Nesse sentido, a disposição contida no edital respeita a lei, eis que prevê que o envelope 1 fornecido pelo poder público, será destinado ao plano de comunicação não identificado, o 2 alusivo ao conjunto de informações referentes ao proponente, e o 3 com as informações do plano e da proponente devidamente identificados, cujo objetivo é facilitar à comissão de licitação que irá homologar o resultado das propostas técnicas julgados pela subcomissão a inteligência de quem se refere cada uma das propostas, e, ao contrário do que afirma a impugnante, segue estritamente o que dispõe o art. 11 §4º e incisos da Lei 12.232/10, que assim dispõe:

“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.

§ 1o Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2o Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3o A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4o O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;”

Consoante se infere do texto legal, **o objetivo do envelope 3 é justamente identificar o autor da proposta técnica, inexistindo, portanto, contrariedade a lei exigir que no mesmo edital também se repita o conteúdo do envelope 2 que já identifica a empresa, pois a fase de abertura do envelope 3 é justamente para essa finalidade - identificar as propostas técnicas e viabilizar a correta**

identificação da pontuação inerente. Não obstante, a exigência do envelope 3 conter a via identificada do plano de comunicação publicitária e as informações complementares do licitante, não contraria o art. 9º §2º da lei 12.232/2010 pois, conforme depreende-se do texto legal¹, a única vedação é que na proposta técnica identificada não acompanhe os exemplos de peças, mas não impede que contenha as demais informações da empresa. Aliás, a vedação do §2º da lei está definida expressamente no edital impugnado, em seu item 7.4.1.

Diante do exposto, não vislumbra-se qualquer prejuízo a lei ou ao regular andamento do certame, a manutenção do item nos moldes disciplinados no edital.

c) Proposta de preços admitindo negociação:

Dispõe o item impugnado:

“8.1.1 - Proposta financeira, conforme modelo determinado no Anexo III deste edital, contendo:

...

c) Veiculação - desconto de agência, correspondente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, permitida a negociação de preços por parte do SAMAE diretamente com o veículo a ser utilizado pela licitante;”

Com o devido respeito ao entendimento da impugnante, não há disposição nas normas mencionadas que impeçam que o SAMAE negocie diretamente com o veículo a ser utilizado conforme indicação da licitante, de modo a se obter *vantajosidade* na contratação, o que, em hipótese alguma, modifica o valor da remuneração da veiculação correspondente aos 20% de direito.

A disposição contida no edital não afronta nenhuma norma jurídica e, muito menos, impõe disposição contrária aos termos da Lei 12232/2019, tratando-se, sim, de disposição negocial, nos termos da lei, que INDEPENDENTE DO PROPONENTE.

¹ § 2o A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Não obstante, ao contrário do que afirmam os impugnantes, o desconto de agência constitui ônus ao cliente, e mesmo que decorra de expressa condição de lei, é de direito da agência e constitui prática de mercado, tanto que diversos editais condicionam esse repasse o que se pode observar dos seguintes editais publicados:

[http://www.cnmp.mp.br/portal/images/stories/Licitacoes/Concorrenca/EDITAL_DE_LICITAO_CONCORRENCIA - PUBLICIDADE - correo_verso_III_20-10-2011.pdf](http://www.cnmp.mp.br/portal/images/stories/Licitacoes/Concorrenca/EDITAL_DE_LICITAO_CONCORRENCIA_-_PUBLICIDADE_-_correo_verso_III_20-10-2011.pdf)²;

http://www.esporte.gov.br/arquivos/ascom/publicidade/Edital_Publicidade_-_Revisao_Secom_-_ASCOM_CC_01_2016_-_02_09.pdf³;

ou

ainda

<http://www.csfs.sc.gov.br/portal/licitacao.php?id=4054>⁴

d) Falta de conceituação acerca do que é considerado indicação do desempenho da proponente, no item 7.3.1.2 alínea “a” do repertório:

A impugnação apresentada, neste quesito, é confusa, eis que, ao contrário do que alega, não há qualquer obscuridade no método de avaliação do repertório, ou ainda necessidade de definição acerca do que constitui “indicação do desempenho da proponente” constante da alínea a do item 7.3.1.2, eis que a indicação do desempenho é o que será avaliado no repertório que deverá conter no mínimo 1 peça por cliente limitado a 3 clientes. Aliás ao tratar da forma de julgamento o edital em seu item 12.4.1.2, inciso II alínea “a” dispõe que:

“II - Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 - dez - pontos no total), relativos a:

*a) **Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de cases e peças incluídas na proposta e auferidas pelos quesitos de concepção, ideia criativa e sua pertinência, clareza da exposição, qualidade de execução e acabamento**; máximo de 10 (dez) pontos.”*

² 8.6.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação

³ 9.2 A CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

⁴ 7.7.3. Veiculação – desconto de agência, correspondente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária, por meio do Decreto nº 57.690/66, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, permitida a negociação de preços por parte da CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO FRANCISCO DO SUL diretamente com o veículo a ser utilizado pela licitante.

e) Momento de escolha da subcomissão:

Tal qual o item anterior, não há procedência em seu argumento eis que, as disposições editalícias **não contrariam a lei de regência**, pois NÃO HÁ DEFINIÇÃO NA LEI DE QUE A ESCOLHA TENHA QUE OCORRER EM UMA SEÇÃO PRÉVIA E ESPECIFICA PARA ESSE FIM, mas sim que os membros dela não participem. Desse modo, o fato do sorteio da comissão ocorrer na mesma sessão publica em que ocorre a entrega dos envelopes **não significa que os membros desta estarão presente**, ao revés, nesta é EXPRESSAMENTE VEDADO NO EDITAL A SUA PARTICIPAÇÃO, conforme item 11.2.1⁵, sendo que a participação destes, conforme estrutura do edital, ocorrerá apenas após o sorteio e efetivo recebimento dos documentos, quando serão convocados pela comissão permanente e licitação para que procedam a avaliação dos documentos da proposta técnica⁶.

III. DA DECISÃO:

Ante todo o exposto e atendendo aos princípios que regem as licitações públicas, em especial a legalidade, imparcialidade e vinculação ao instrumento convocatório, CONHECE-SE DA IMPUGNAÇÃO, eis que tempestiva, **INDEFERINDO-SE** os pedidos formulados pela impugnante, mantendo-se os itens nos moldes disciplinados no edital, tal qual já decidido anteriormente, conforme decisão disponível em: <https://www.timbo.sc.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Decisao-Impugnacoes-Concorrencia-no-06.2023-SAMAE.pdf>.

Dê-se ciência ao Impugnante e publicidade da presente decisão e continuidade ao certame.

Timbó, 14 de março de 2024.

WALDIR GIRARDI
Diretor Presidente do SAMAE

⁵ “11.2.1 - **É vedada a participação da Subcomissão Técnica na sessão pública de recebimento dos envelopes das proponentes.**”

⁶ 11.3 - Encerrada a reunião, a Comissão Permanente de Licitações encaminhará a documentação dos envelopes 01 e 02 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento no prazo de 10 (dez) dias úteis, fato que será lavrado em ata própria.