



COMPROVANTE DE ABERTURA

Processo: N° 10187/2024 Cód. Verificador: WSTYR6M4
Processo Interno

Requerente: 10332154 - LUCAS SERAPIO FERREIRA
CPF/CNPJ: 29.638.790/0001-17
Endereço: RUA ALMIRANTE TAMANDARE - 1363
Cidade: São Miguel do Oeste
Bairro: CENTRO
Fone Res.: Não Informado
Fone Comer.: (49) 3621-3097
E-mail: Não Informado
Assunto: 225 - LICITAÇÃO
Subassunto: 120632 - Impugnação
Finalidade:
Data de Abertura: 01/03/2024 15:31
Previsão: 31/03/2024
Fone / e-mail responsável:

RG:
CEP: 89.900-000
Estado: SC
Fone Cel.: Não Informado

Observação:

IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE CONCORRÊNCIA N° 06/2023 SAMAE

LUCAS SERAPIO FERREIRA

Requerente

ANGELA PREUSS

Funcionário(a)

Responsável

Para consultar seu Processo pela internet acesse: www.timbo.sc.gov.br e clique Portal do Cidadão, em seguida em Consulta de Protocolo.

Para consultar você deverá ter em mãos o número e ano do processo e seu código verificador. Essas informações estão no cabeçalho deste comprovante.



A autenticidade deste documento pode ser verificada pelo QRcode ao lado.

ILUSTRE PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBÓ/SC

Ref. EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 06/2023 – **RETIFICADO**

IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

A empresa **SERAPIO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 29.638.790/0001-17, com sede na Rua Clóvis Bevilaqua, nº 13, São Gotardo, São Miguel do Oeste/SC, neste ato representada por seu representante legal LUCAS SERAPIO FERREIRA, inscrito no CPF sob o nº 079.291.719-73, residente e domiciliado a Rua Travessa Havaí, 122, Centro, São Miguel do Oeste/SC, vem, tempestivamente, conforme permitido no §2º do art. 41, da Lei 8.666/93, em tempo hábil, à presença de Vossa Senhoria a fim de **IMPUGNAR** os termos do Edital em referência, conforme adiante exposto.

I – DA TEMPESTIVIDADE

A presente impugnação é plenamente tempestiva, uma vez que o prazo para protocolar o pedido é de 02 (dois) dias úteis, contados da data fixada para recebimento das propostas, conforme §2º do art. 41, Lei 8.666/93.

Considerando o prazo legal para apresentação da presente impugnação, são as razões ora formuladas plenamente tempestivas, uma vez que o certame está marcado para 18/03/2023, razão pela qual deve conhecer e julgar a presente impugnação.

II – DAS RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO

DA IDEIA CRIATIVA

O edital determina no item 7.2, c), a ideia criativa sob a forma de exemplos de peça publicitária.

Contudo, o Edital é omissivo em relação a quantidade e forma de apresentação dessas peças. Tanto no corpo do Edital, quanto no Briefing não há determinação ou limitação.

Deve-se observar o art. 6º, inciso IX da Lei 12.232/10, que determina o seguinte:

*IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, **a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes**, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;*

Quando o edital não limita o número de peças a serem apresentadas, ou especifica a forma de apresentação (layout, roteiro, storyboard, etc), torna-se desigual.

Pois permite as licitantes apresentarem quantas peças quiserem e da forma que quiserem, causando um desequilíbrio no processo licitatório.

Dessa forma é indispensável que o Edital determine o número de peças e a sua forma de apresentação, de forma PADRONIZADA para todas as licitantes. Por isso indispensável sua retificação.

DOS ENVELOPES

Além disso, o Edital contém outros vícios que precisam ser sanados para o correto procedimento licitatório.

A exemplo dos itens 6.1 / 7.1 / 7.4.1 do Edital.

Todos esses itens referem-se aos envelopes e sua forma de apresentação. Contudo, esses itens **divergem e conflitam com o que determina a Lei 12.232/10.**

Vejam os que determina a Lei 12.232/10 – art. 9º:

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

Ou seja, teremos 03 envelopes para a proposta técnica, que SEGUNDO A LEI, deverão ser divididos da seguinte forma:

ENVELOPE 01 – VIA NÃO IDENTIFICADA (Contendo o Plano de Comunicação Publicitária sem identificação da licitante).

ENVELOPE 02 – VIA IDENTIFICADA (Contendo o mesmo teor/conteúdo da via não identificada - plano de comunicação - mas com a identificação da empresa /timbre).

ENVELOPE 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES (contendo a capacidade de atendimento, repertório e relatos).

Entretanto, o Edital determina a apresentação dupla do conjunto de informações de forma desnecessária, pois este envelope já é identificado.

Vejam os que traz o Edital:

6 - APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

6.1 - As proponentes deverão apresentar 05 (cinco) envelopes, sendo o 1º (primeiro) sem identificação e fornecido pelo SAMAE, através da Central de Licitações, aonde constará a proposta técnica com o plano de comunicação publicitária e os demais, o 2º constando conjunto de informações referentes ao proponente, e os 03 (três) restantes devidamente timbrados e identificados, aonde constará: 3º proposta técnica (mesmas informações dos envelopes n.º 01 e 02), 4º - proposta de preço e 5º habilitação, rubricados, devidamente lacrados, até o dia, hora, local referido no preâmbulo deste edital, contendo as seguintes indicações:

Envelope n.º 03 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES AO PROPONENTE.

Central de Licitações – Prefeitura de Timbó/SC

Concorrência Pública n.º 06/2023

Razão Social:

CNPJ:

Telefone:

E-mail:

7 - PROPOSTA TÉCNICA: (envelopes n.º 01, 02 e 03)

7.1 - A proposta técnica será composta de 03 (três) envelopes, sendo o primeiro sem qualquer identificação de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do proponente, sob pena de desclassificação (art. 6º, inciso XII, da Lei nº 12.232/2010), onde constará o plano de comunicação publicitária (contendo o raciocínio básico, estratégia de comunicação; ideia criativa; estratégia de mídia), e os outros dois envelopes (2 e 3) entregues em envelope com material gráfico identificando o proponente e conterão no segundo, o conjunto de informações referentes ao proponente, com as informações complementares de trabalhos prestados pela mesma, e o terceiro, as mesmas informações constantes dos dois primeiros, com as especificações abaixo indicadas.

7.4.1 - A proposta técnica que será apresentada no envelope n.º 03 deverá conter exatamente o mesmo teor da proposta constante dos envelopes n.º 01 e 02, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa. (§ 2º do art. 9).

Ao contrário do que diz a Lei, o Edital pede para que seja repetido o conteúdo de DOIS ENVELOPES, quando na verdade deve-se repetir apenas o conteúdo do envelope não identificado.

Para melhor compreensão, pensemos assim: existe um envelope não identificado, sem timbre, nome, identificação nenhuma. Este envelope precisará ser identificado em sessão posterior, e por isso necessita de uma segunda via IDENTIFICADA, com o mesmo teor da primeira, não identificada.

Agora o conjunto de informações é identificado desde o princípio, pois trata-se de um envelope a parte. Logo completamente sem sentido e desnecessária sua apresentação em duplicidade. Além de conflitar diretamente com o que prevê a lei.

Dessa forma, necessária sua correção para que conste no Edital o que prevê o art. 9º da Lei 12.232/10.

DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA

O item 8.1.1, c), fala sobre a veiculação, mas descumpre o previsto pelo CENP sobre o desconto-padrão de agência, vejamos:

- 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;

Agora vejamos o que determina o CENP:

2.7. É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 6.4 destas Normas-Padrão.

Ou seja, a negociação poderá ser feita ENTRE A AGÊNCIA E O ANUNCIANTE, não o anunciante com o veículo de comunicação como diz o Edital.

O desconto pertence a agência, e o SAMAE quer negociá-lo com o veículo.

O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.

Vejamos o que prevê as NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA DO CENP – FÓRUM DE AUTORREGULAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO, sobre o assunto:

2.4.2. Em virtude de prévio e expresse ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao “Desconto-Padrão”, observado que nesta hipótese o Veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao “Valor Faturado”²

2.4.3. Excepcionalmente, nos termos de prévio e expresse ajuste, o Anunciante, poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao “Valor Faturado” e ao “Desconto-Padrão”, respectivamente, ao Veículo e à Agência de Publicidade.

2.5. O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.

2.5.1. Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o art. 17, inciso I alínea “f” do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao “desconto padrão de agência” não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes.

Desse modo, necessária a correção do item para que conste o que determina o CENP sobre o assunto, como direito da licitante / agência.

DO REPERTÓRIO

O item 7.3.1.2 quando fala sobre o repertório diz o seguinte:

- a) Repertório: indicação do desempenho da proponente na prestação de serviços a outros clientes do setor público e/ou privado, limitados a 03 (três) clientes, acompanhado da reprodução de, no mínimo, 01 (uma) peça por cliente, com as referidas fichas técnicas em que constem título, data ou período da veiculação e a indicação das praças que as exibiram, ou sua forma de aplicação.

O que seria “indicação do desempenho da proponente” e como faríamos esta comprovação?

Importante levarmos em conta nesse item o que determina a SINAPRO/SC no “**Conteúdo de Orientação à Administração Pública sobre Licitações de Serviços Publicitários**” que determina que o Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

Ou seja, existe uma limitação ao número de peças e não a clientes, e ainda, inexistente qualquer previsão sobre “indicação do desempenho”, pois isso é matéria inerente a avaliação do órgão público, uma vez que as agências já possuem atestado de qualificação técnica expedido pelo CENP.

DO SORTEIO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

O item 11.2 do Edital prevê a realização do sorteio da Subcomissão Técnica conjuntamente com a sessão de recebimento e abertura dos envelopes 1 a 4.

11.2 - A primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) Identificar os representantes das licitantes por meio de documentos hábeis;
- b) Realizar o sorteio da Subcomissão Técnica de que trata o subitem 20.5;**
- c) Receber os envelopes 01, 02, 03 e 04;
- d) Conferir se o envelope 01 apresenta, em sua parte externa, alguma menção que identifique a licitante, fato que impedirá a Comissão Permanente de Licitações de receber todos os outros envelopes desta licitante;
- e) Abrir os envelopes 01 e 02.

Contudo, o sorteio da subcomissão técnica deve ser feito em sessão pública específica para esse fim, não em conjunto com a primeira sessão.

O §2º do art. 10, da Lei 12.232/10 prevê:

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por **sorteio, em sessão pública**, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

Logo, necessária a retificação do item conforme **procedimento previsto no §4º do art. 11 da Lei 12.232/10**.

III – DOS PEDIDOS

Em face do exposto, requer-se que seja a presente IMPUGNAÇÃO julgada procedente, com efeito de sanar os vícios presentes no Edital, por meio da **readequação do Edital para que constem os itens acima confrontados conforme determina a Lei**.

Requer ainda que seja determinada a republicação do Edital inserindo as alterações aqui pleiteadas, **reabrindo-se o prazo inicialmente previsto**, conforme §4º do art. 21 da Lei 8.666/93.

São Miguel do Oeste/SC, 29 de fevereiro de 2024.

Documento assinado digitalmente
gov.br LUCAS SERAPIO FERREIRA
Data: 29/02/2024 17:56:56-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

LUCAS SERAPIO FERREIRA
Representante Legal

NADINE SODER
Assinado digitalmente por NADINE SODER
ND: C=BR, O=ICP-Brasil, OU=AC OAB, OU=86251428000122, OU=Presencial, OU=Assinatura Tipo A3, OU=ADVOGADO, CN=NADINE SODER
Razão: Eu sou o autor deste documento
Localização:
Data: 2024.02.29 18:05:02-03'00'
Foxit PDF Reader Versão: 12.1.0

NADINE SODER
Jurídico
OABSC 60485