

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PREFEITO MUNICIPAL DE AGROLÂNDIA DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Ref.: Impugnação ao Edital de Tomada de Preço nº 04/2019
Processo Administrativo nº 48/2019

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SANTA CATARINA
– **SINAPRO/SC**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 76.875.616/000178, com sede na Rua Jornalista Manoel de Menezes, nº 115, sala 207, Centro Empresarial Isola Grezzana, Itacorubi, na Cidade de Florianópolis/SC, CEP 88034-060, vem respeitosa e tempestivamente, **IMPUGNAR** o Edital de Tomada de Preço nº 04/2019 e o faz pelos motivos legais a seguir aduzidos:

Do objeto da licitação

O Prefeito Municipal publicou o Edital de licitação na modalidade Tomada de Preço nº 04/2019, do tipo “técnica e preço” para contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade e marketing.

Contudo, o Edital está eivado de equívocos, que devem ser sanados sob pena de infringir a legislação vigente.

Aplicação da Lei 12.232/10

Toda licitação não importa em que modalidade e tipo que ocorra, deve observar o princípio da legalidade ao qual a Administração Pública está sujeita, por força do disposto no art. 37, da Constituição Federal/88, que dispõe:

Art. 37º A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos **princípios** de legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade** e eficiência e, também, ao seguinte:

§ 1º - **A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter**

PREFEITURA MUNICIPAL DE AGROLÂNDIA - SC	
CORRESPONDÊNCIA RECEBIDA	
PROTOCOLO Nº:	365/19
Data:	12/11/19
Hora:	14 h 24 min.
Andréia Terezinha Franzen Grimm	
Matr. nº 452 - Rubr.:	

MB

educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Existem dois tipos de publicidade da Administração Pública: (i) legal/oficial, e a (ii) publicidade institucional.

A (i) publicidade legal/oficial tem por objetivo dar transparência material e formal aos atos oficiais emitidos pela Administração Pública. Esta publicidade é obrigatória para a validade dos atos oficiais, e é feita de forma direta pelo órgão público ao veículo.

Já a (ii) publicidade institucional tem por objetivo a prestação de contas do planejamento e das ações tomadas pela Administração Pública e diz respeito à divulgação das campanhas, dos programas e das notícias sobre as atividades desenvolvidas pela Administração Pública.

Esta publicidade é regida pela Lei 12.232/10, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, e determina, em artigo 1º:

Art. 1º Esta Lei **estabelece normas gerais** sobre **licitações e contratações pela administração pública** de **serviços de publicidade** prestados **necessariamente** por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Portanto, quando a Administração Pública pretende realizar a publicidade institucional dos seus atos (por exemplo, programas sociais, obras, campanhas, etc.), **o procedimento correto e legal se dá através de licitação para a contratação de agências de publicidade regida pela Lei nº 12.232/2010, haja vista que estes serviços são inerentes à esta atividade profissional.**

O artigo 2º da Lei n.º 12.232/10, enquadra claramente os serviços de publicidade como sendo obrigatórios à sua execução, através de Agência de Propaganda. Vejamos:

Art. 2º: Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o **planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral.**

A definição de Agência de Publicidade também se encontra prescrita junto ao art. 3º da Lei 4.680/65, que regulamenta este setor:

Art 3º A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, ... VETADO ..., e especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço dêsse mesmo público.

Está explícito que os serviços de publicidade devem ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda observados o procedimento específico contido pela Lei 12.232/2010.

Designação Dos Envelopes Contendo As Propostas

As Propostas devem ser apresentadas conforme determinado no art. 9º, caput, da Lei nº 12.232/10:

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.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

MMB

§ 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.

Portanto, a Proposta de Preços deve ser apresentada em 01 (um) envelope, e a Proposta Técnica, em 03 (três) envelopes.

O Edital contraria a Lei nº 12.232/10, ao dispor:

2.2. Apresentar os documentos de habilitação e das propostas, em envelopes distintos que passamos a chamar de ENVELOPE Nº 1, ou envelope da "DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO" e ENVELOPE Nº 2, ou envelope da "PROPOSTA DE PREÇOS" e ENVELOPE Nº 3, ou envelope da "PROPOSTA TÉCNICA" no local, data e horário indicados neste Edital.

Tomada de Preço nº 04/2019 ----- Pág.3/ 37

No Edital em tela, há apenas 1 envelope para a proposta técnica e não há previsão da via não identificada do plano de comunicação publicitária, em afronta a Lei em comento.

Proposta Comercial

A Lei nº 12.232/10, que rege a licitação em tela, em seu art. 4º, caput e §1º, determina expressamente:

Art. 4º - Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§1º - O Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda."

As Normas-Padrão são regras éticas oficializadas pelo Decreto Federal nº 4.563/2002 que alterou o art. 7º do Regulamento da lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/66, dando a ele a seguinte redação:

Art. 7º - Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso de despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11 e respectivos subitens, das Normas-Padrão, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo datadas de (.....).

Via de consequência, as NORMAS-PADRÃO são oficiais, integram o Regulamento da Lei nº 4.680/65 e devem ser observadas pela Administração Pública (art. 1º da Lei nº 12.232/10).

As NORMAS-PADRÃO dispõem em seu item 3.6:

3.6. Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. **O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.**

3.6.1 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

3.6.2 Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).

A Tabela Referencial de Custos Internos emitida pelo SINAPRO da base territorial é amparada por pesquisa de preços executada pela referida Entidade, considerando os custos reais dos serviços que as Agências executam internamente.

Note como o Edital dispõe o modelo de proposta comercial:

ANEXO IV - MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL

TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2019

NOME DA EMPRESA: _____
CGC/CNPJ: _____
ENDEREÇO: _____

Apresentamos nossa proposta contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade e marketing, atendendo aos requisitos mínimos estabelecidos neste edital, para prestar serviços referente filmagem, foto, criação de mídias sociais, produção de realeases, produções publicitárias, além de publicações obrigatórias e demais atividades pertinentes à área.

Item	Serviço	Mínimo horas mensais	Vr. Mensal	Vr. Global
01	Serviços de filmagem, foto, criação de mídias sociais, produção de realeases, produções publicitárias, além de publicações obrigatórias e demais atividades de publicidade e marketing.	45	R\$	R\$

TOTAL GLOBAL DA PROPOSTA:
R\$ _____

Obs.: No preço cotado já estão incluídas eventuais vantagens e/ou abatimentos, impostos, taxas e trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais, assim como despesas com transportes, deslocamentos, instalações e outras quaisquer que incidam sobre a contratação.

VALIDADE DA PROPOSTA COMERCIAL: _____ (No mínimo 60 (sessenta) dias da data-limite para a entrega dos envelopes).

PRAZO DE ENTREGA: Até 02 (dois) dias a contar do recebimento de cada serviço, podendo ser prorrogado pelo mesmo período, devidamente justificado.

Contudo, a proposta de preço não condiz com a remuneração das agências de publicidades, como o reembolso de custos internos por base da Tabela Referencial do SINAPRO; honorários percentuais observados no item 3.6 das Normas Padrão da Atividade Publicitária e retenção do desconto padrão nos termo do art. 11, §2º do Decreto 57.690/96.

Portanto, é necessário corrigir de acordo com o estabelecido na legislação vigente.

Dessa forma, visando a melhor aplicação das normas que regem à licitação destinadas à contratação de Agências de Publicidade, é necessário a revisão do edital em tela.

DO PEDIDO

Por todo o exposto, com fulcro no disposto no art. 41, §1º da Lei Federal nº 8.666/93, o SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SANTA CATARINA – SINAPRO/ SC, vem **IMPUGNAR** o Edital de Tomada de Preço nº 004/2019, requerendo o imediato cancelamento do mesmo e a retomada do processo licitatório dentro das normas gerais baixadas pela Lei nº 12.232/10 a ele aplicáveis.

Por competir privativamente à União legislar sobre licitação (art. 22, inc. XXVII da Constituição Federal) a presente IMPUGNAÇÃO está sendo levada ao conhecimento do Ministério Público, nesta mesma data, para que acompanhe o andamento do feito e tome, se necessário, as providências legais pertinentes.

Florianópolis/SC, 11 de novembro de 2019.


**SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
DE SANTA CATARINA - SINAPRO/SC**
P/P Marcela B. Baumgarten de Oliveira
OAB (SC) 14159 - CPF 970.160.639-68

PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: SINAPRO/SC – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SANTA CATARINA, entidade inscrita no CNPJ sob o nº 76.875.616/0001-78, estabelecida à Rua Jornalista Manoel de Menezes, n. 115, sala 207, Centro Empresarial Isola Grezzana, Itacorubi, Florianópolis/SC, neste ato representado pelo seu Presidente FLÁVIO JACQUES.

OUTORGADOS:

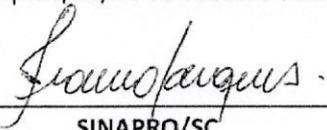
FERNANDO RODRIGUES SILVA	667.240.900-91	OAB/SC 16.724-B
RICARDO CORRÊA JÚNIOR	926.066.950-20	OAB/SC 18.043-B
EMERSON RONALD GONÇALVES MACHADO	824.402.399-68	OAB/SC 18.691
VIVIAN RODRIGUES AMARAL	051.739.459-66	OAB/SC 28.696
GUSTAVO LUFT MATIVI	004.332.790-79	OAB/RS 79.549
MARCELO VALLS SILVA	014.212.640-30	OAB/SC 33.874
PEDRO RODRIGUES FURTADO	988.041.620-15	OAB/SC 43.741

Todos brasileiros, com endereço profissional na Avenida Professor Othon Gama D'Eça, n. 900 – loja 09 – Casa do Barão - Centro, na cidade de Florianópolis/SC – CEP: 88015-240 – Tel: (48) 3222-7017

FINALIDADE E PODERES:

Para o fim de representar a outorgante, judicial ou extrajudicialmente, em qualquer assunto que seja de seu interesse, em especial, concedendo-lhes, para isso, todos os poderes contidos na cláusula “*ad judicia*”, bem como os especiais de acordar, discordar, transigir, desistir, firmar compromisso, receber e dar quitação, agir em conjunto ou separadamente, substabelecer, no todo ou em parte, com ou sem reserva de poderes e, finalmente, praticar todo e qualquer ato útil ou necessário para o fiel cumprimento deste.

Florianópolis/SC, 01 de outubro de 2019.



SINAPRO/SC
Flávio Jacques

SUBSTABELECIMENTO

Impugnação ao Edital Tomada de Preço nº 04/2019
Processo Administrativo nº 48/2019.

Substabeleço, com reserva de iguais poderes, na pessoa de **Marcela B. Baumgarten de Oliveira**, inscrita na **OAB/SC n. 14.159** com endereço profissional na cidade de Agrolândia/SC, os poderes que me foram outorgados pelo SINAPRO/SC – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SANTA CATARINA.

Florianópolis, 11 de novembro de 2019.


VIVIAN RODRIGUES AMARAL
OAB/SC 28.696


EMERSON RONALD GONCALVES MACHADO
OAB / SC 18.691


FERNANDO RODRIGUES DA SILVA
OAB/SC 16.724