

À
Comissão Permanente de Licitação | CPL da Prefeitura
Municipal de Petrópolis | RJ.
ATT.: Sr. Edmilson Diamantino Rodrigues | Presidente
REF.: IMPUGNAÇÃO ao Edital Concorrência Pública nº.: 006
| 2022


nos autos da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2022, Processo Administrativo nº.: 2.198 | 2022**, vem - tempestivamente e de acordo com o disposto no **item 3.2 do Capítulo 3 | DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022 e do Parágrafo 2º do artigo 41 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993, IMPUGNAR** diversos itens do **Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022**, se fundamentando em fatos, no determinado no próprio Edital e na legislação pertinente, que apresentamos a seguir:

Lei Federal nº.: 8.666 | 1993

Artigo 41 - A Administração não pode descumprir as normas e condições do Edital, ao qual se acha estritamente vinculada.

Parágrafo 2º - Decairá do direito de impugnar os termos do Edital de Licitação perante a administração o LICITANTE que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação em **Concorrência (grifo nosso)**, a abertura dos envelopes com as propostas em Convite, Tomada de Preços ou Concurso, ou a realização de Leilão, as falhas ou irregularidades que viciariam esse Edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso. *(Redação dada pela Lei Federal nº.: 8.883 - de 08.06|1994)*

DELCA - SAD
02 DEZ 2022
RECEBIDO


Edmilson Diamantino Rodrigues
Chefe da DILIC / DELCA
Mat. 14480-1

- I -
DO EDITAL

I.1/- SOBRE O TIPO DE LICITAÇÃO

01/- O Edital é contraditório em relação ao tipo de licitação que quer e vai aplicar, desinformando as empresas Licitantes.

01.1/- Logo em seu preâmbulo, a Comissão Permanente de Licitação | CPL. indica às empresas Licitantes - em texto do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022**, um DESCONHECIDO tipo de licitação a ser aplicado no certame licitatório.

TIPO DE LICITAÇÃO: Melhor Técnica e Preço
(sic). (folha 1)

01.2/- Tal modalidade de licitação não pode ser encontrada na redação do **artigo 5º da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, tampouco - subsidiariamente, na redação do **inciso I do parágrafo 1º do artigo 45 da Lei Federal nº: 8.666 - de 21.06|1993**.

LEI FEDERAL Nº: 12.232 | 2010

CAPÍTULO II

DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Artigo 5º - As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no **artigo 22 da Lei Federal nº: 8.666 - de 21 de junho de 1993**, adotando-se como obrigatórios os tipos "*melhor técnica*" ou "*técnica e preço*".

LEI FEDERAL Nº: 8.666 | 1993

Parágrafo 1º - Para os efeitos deste artigo, constituem tipos de licitação, exceto na modalidade concurso:

I - A de Menor Preço - quando o critério de seleção da proposta mais vantajosa para a Administração determinar que será vencedor o LICITANTE que apresentar a proposta de acordo com as especificações do Edital ou convite e ofertar o menor preço.

II - A de Melhor Técnica.

III - A de Técnica e Preço.

IV - A de Maior Lance ou Oferta - nos casos de alienação de bens ou concessão de direito real de uso.

01.2./- Mas apelando para o bom senso, se - mesmo com redação equivocada ou que se alegasse um mero erro formal, o **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** parece querer unir a técnica ao preço - já que cita os modelos explicitamente.

01.2.2./- Assim sendo - então, a conclusão lógica seria que se optou então pelo tipo de modalidade "*Técnica e Preço*", o que - estranhamente, não se comprova com as redações editalícias.

01.2.3./- Mais: a Comissão Permanente de Licitação | CPL - em questionamento realizado por uma empresa Licitante (sem informação da data no documento), perdeu a oportunidade de corrigir o equívoco e ainda o agravou, já que aceitou pergunta que repetiu a denominação equivocada e ainda o respondeu como se o tipo de licitação "*Melhor Técnica e Preço*" ora impugnado existisse em alguma previsão legal.

Questão 1 - O tipo de licitação consta **Melhor Técnica e Preço**. Porém no **item 9.17 a) e b)** caracteriza o tipo Técnica. Sendo assim, devemos considerar o tipo de licitação como melhor técnica e preço?

RESPOSTA: O Tipo de licitação é "**melhor técnica e preço**" conforme previsto no edital (preâmbulo). Esclarecemos que o **item 9.17, "a" e "b"**, trata-se da negociação (**artigo 46, § 1º, II da Lei 8.666/93**), após a classificação das propostas de melhor técnica dos licitantes.

01.2.4./- E a resposta desnuda outra OMISSÃO GRAVE do Edital - já que na opção de tipo restante: "*Melhor Técnica*" (que trata da negociação referenciada no **inciso II do parágrafo 1º do artigo 46 da Lei Federal nº: 8.666 - de 21.06|1993** e citada na resposta acima) é usual a apresentação de um cálculo de pontuação mínima ou máxima.

LEI FEDERAL Nº: 8.666 | 1993

II - Uma vez classificadas as propostas técnicas, proceder-se-á à abertura das propostas de preço dos LICITANTES que tenham atingido a valorização mínima estabelecida no instrumento convocatório e à negociação das condições propostas, com a proponente melhor classificada, com base nos orçamentos detalhados apresentados e respectivos preços unitários e tendo como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima.

01.2.4.1/- E o **Edital** (ou qualquer de seus anexos) da **Concorrência Pública nº: 006 | 2022** não indica como as empresas LICITANTES terão suas propostas de preços calculadas. Somente solicita a oferta de percentuais de execução contratual, como se pode compreender na redação do **Anexo VI | FORMULÁRIO OFICIAL DA PROPOSTA DE PREÇO**.

01.2.4.2/- E sem a fórmula de cálculo e - consequentemente, sem a possibilidade de indicação da ordem de classificação das empresas LICITANTES, como a Comissão Permanente de Licitação | CPL. faria a negociação prevista no **Inciso II do parágrafo 1º do artigo 46 da Lei Federal nº: 8.666 - de 21.06|1993?**

01.2.5/- E a Comissão Permanente de Licitação | CPL. começaria a negociação com qual empresa LICITANTE se não existe no **Edital** (ou qualquer de seus anexos) da **Concorrência Pública nº: 006 | 2022** fórmula de cálculo que aponte de forma - OBJETIVA, INDUBITÁVEL e TRANSPARENTE, a agência primeira colocada?

01.03/- Pelo exposto, deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. APRESENTAR as bases legais e razões de não apresentar uma TRANSPARENTE e NECESSÁRIA fórmula de cálculo que aponte OBJETIVAMENTE e INDUBITAVELMENTE a ordem de colocação das propostas de preços das empresas LICITANTES.

01.04/- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR tal **OMISSÃO** e **IRREGULARIDADE** e - ainda, RETIFICAR a redação da exigência contida do tipo de licitação a ser aplicada no certame licitatório ora em tela, constante no preâmbulo do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022**, para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas comerciais de forma SEGURA, OBJETIVA, INQUESTIONÁVEL e EXEQUÍVEL.

I.2./- SOBRE IRREGULAR INCLUSÃO DE UM PROJETO BÁSICO

02/- Outro equivoco flagrante se encontra na redação do subitem 6.1.5.7 | **Subitem 6.5.1 || OBSERVAÇÃO: CRITÉRIOS DE DESEMPATE (PROPOSTA DE PREÇOS)** do **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022** que faz uma referência IRREGULAR a um **PROJETO BÁSICO** (folha 11).

02.1/- A transcrição do termo editalício citado segue abaixo - na íntegra.

6.1.5.7 - Conforme o inciso X do artigo 40 da Lei 8.666/93, a Administração aceitará como preço máximo aceitável, o valor constante da Planilha Orçamentária Estimada no presente Projeto Básico. (grifos nossos)

02.2./- Para que não restem dúvidas da referida ILEGALIDADE, a redação do **artigo 6º do Capítulo II | DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010** (a chamada Lei da Publicidade) é clara, quando ordena que:

CAPÍTULO II

DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Artigo 6º - A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do **artigo 40 da Lei Federal nº: 8.666 - de 21 de junho de 1993**, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu **parágrafo 2º**, e às seguintes:

02.3./- Na sequência, em análise a redação do citado termo legal: **artigo 40 da Seção IV | Do Procedimento e Julgamento da Lei Federal nº: 8.666 - de 21.06|1993**, especificamente em seu inciso I, se pode perceber - indubitavelmente, que um "**Projeto Básico**" - estrito senso, não se aplica a licitações de serviços de publicidade:

Seção IV

Do Procedimento e Julgamento

Artigo 40 - O Edital conterà no preâmbulo o número de ordem em série anual, o nome da repartição interessada e de seu setor, a modalidade, o regime de execução e o tipo da licitação, a menção de que será regida por esta Lei, o local, dia e hora para recebimento da documentação e proposta, bem como para início da abertura dos envelopes, e indicará - obrigatoriamente, o seguinte:

Parágrafo 2º - Constituem anexos do Edital, dele fazendo parte integrante:

I - O **Projeto Básico** e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos. (**grifo nosso**)

I.3./- SOBRE IRREGULAR INCLUSÃO DE UMA PLANILHA ORÇAMENTÁRIA

03.1./- E pior. A redação do subitem 6.1.5.7 | Subitem 6.5.1 || **OBSERVAÇÃO: CRITÉRIOS DE DESEMPATE (PROPOSTA DE PREÇOS)** do **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022**; ainda cita uma "**Planilha Orçamentária Estimada**" que também é IRREGULAR, pelo mesmo **artigo 40 da Seção IV | Do Procedimento e Julgamento da Lei Federal nº: 8.666 - de 21.06|1993**, cujas redações seguem transcritas - na íntegra, na sequência.

6.1.5.7 - Conforme o inciso X do artigo 40 da Lei 8.666/93, a Administração aceitará como preço máximo aceitável, o valor constante da Planilha Orçamentária Estimada no presente Projeto Básico. (grifos nossos)

Seção IV

Do Procedimento e Julgamento

Artigo 40 - O Edital conterà no preâmbulo o número de ordem em série anual, o nome da repartição interessada e de seu setor, a modalidade, o regime de execução e o tipo da licitação, a menção de que será regida por esta Lei, o local, dia e hora para recebimento da documentação e proposta, bem como para início da abertura dos envelopes, e indicará - obrigatoriamente, o seguinte:

Parágrafo 2º - Constituem anexos do Edital, dele fazendo parte integrante:

II - Orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários. (grifo nosso)

03.2./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR a redação da exigência contida no subitem 6.1.5.7 | Subitem 6.5.1 || **OBSERVAÇÃO: CRITÉRIOS DE DESEMPATE (PROPOSTA DE PREÇOS)** - do **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022** - aos termos da redação do **artigo 40 da Seção IV | Do Procedimento e Julgamento da Lei Federal nº: 8.666 - de 21.06|1993**, para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas comerciais de forma SEGURA, OBJETIVA, INQUESTIONÁVEL e EXEQUÍVEL.

03.3./- Pelo exposto, deve à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.:

- Explicar e justificar a inclusão de IRREGULARES "**Projeto Básico**" e "**Planilha Orçamentária Estimada**" na redação do subitem 6.1.5.7 | Subitem 6.5.1 || **OBSERVAÇÃO: CRITÉRIOS DE DESEMPATE (PROPOSTA DE PREÇOS)** - do **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022**.

I.4./- SOBRE A AUSÊNCIA DE CORRETA DISCRIMINAÇÃO DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

04.1./- O item 20.1 do Capítulo 20 | DISPOSIÇÕES FINAIS e da Cláusula Oitava | DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS da Minuta de Contrato | Anexo XIV do Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022 não apresentam as informações obrigatórias indicadas no artigo 21 do Capítulo IV da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010 - ou seja, não discriminam "*as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública*", tornando INSEGURA a correta apresentação das propostas pelas empresas LICITANTES e projeta uma ILEGAL execução contratual.

04.2./- Seguem abaixo - para ciência, as transcrições - na íntegra, das redações do item 20.1 do Capítulo 20 | DISPOSIÇÕES FINAIS e da Cláusula Oitava | DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS da Minuta de Contrato | Anexo XIV do Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022; e do artigo 21 do Capítulo IV | DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010:

NO EDITAL

20 - DISPOSIÇÕES GERAIS

20.1 - Os recursos para execução da presente licitação são provenientes do Gabinete do Prefeito, no Programa ' de Trabalho nº: 10.01.04.131.2001.3390.39.00 (Pessoa Jurídica), do Gabinete do Prefeito. (grifo nosso)

NA MINUTA DO CONTRATO

CLÁUSULA OITAVA: DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: As despesas decorrentes deste Contrato correrão por conta do Programa de Trabalho nº: 10.01.04.131.2001.3390.3900, e nota de empenho nº:, do Gabinete do Prefeito.

NA LEI FEDERAL Nº: 12.232 | 2010

Artigo 21 - Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na Lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

04.3./- Tal exigência tem sido cobrança constante dos Tribunais de Contas do país. No Estado do Rio de Janeiro - mais recentemente, o **Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro - TCE. | RJ.** em auditoria governamental realizada na Prefeitura Municipal de Petrópolis através do **Processo TCE. - RJ. nº.: 206.724-5 | 8** - assim determinou em comunicação formal ao Coordenador de Planejamento e Gestão Estratégica:

Discrimine, na elaboração das próximas Leis Orçamentárias, as dotações destinadas à Publicidade Institucional e de Utilidade Pública, conforme o disposto no **artigo 21 da Lei Federal nº.: 12.232/10.**

04.4./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR as redações do **item 20.1 do Capítulo 20 | DISPOSIÇÕES FINAIS** e da **Cláusula Oitava | DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS da Minuta de Contrato | Anexo XIV do Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** - aos termos da redação do **artigo 21 do Capítulo IV da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010.**

1.5./- DA DEVASSIDÃO IRREGULAR AUTORIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

05.1./- A redação do **item 9.7 do Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** traz ESTRANHA permissão em relação à possibilidade de entrega de invólucros abertos - e assim sendo: DEVASSADOS, à SubComissão Técnica | SubCom. A transcrição do termo editalício citado, segue na sequência - na íntegra.

9 - DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.7 - Os Envelopes ou Invólucros abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento. (grifo nosso)

05.2./- A INDEVASSIBILIDADE das propostas técnicas - mas especificamente do conteúdo do Invólucro nº.: 1 | Plano de Comunicação Publicitária - Via Não-Identificada, é o fundamento principal da criação da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010.**

05.3./- E resta evidente que o manuseio e transporte do Invólucro nº.: 1 | Plano de Comunicação Publicitária - Via Não-Identificada expõe o conteúdo e o conhecimento antecipado das propostas à terceiros e aos próprios membros que as julgarão. Hipótese grave e que fragiliza o certame licitatório.

05.4./- O procedimento correto e UNÂNIME em licitações de publicidade e propaganda em administrações públicas no país - desde a implantação da **Lei Federal nº: 12.232 - em 29.04|2010**, é que os Invólucros nº: 1 contendo os Planos de Comunicação Publicitária - Via Não-Identificada das empresas LICITANTES sejam entregues pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. para a SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento FECHADOS e INVIOLADOS.

05.4.1./- E que TODOS os Invólucros nº: 1 contendo os Planos de Comunicação Publicitária - Via Não-Identificada das empresas LICITANTES sejam abertos pelos membros da SubComissão Técnica | SubCom. em sessão administrativa interna e com os atos descritos - transparentemente, em ata notarial.

05.5./- E para que não restem dúvidas do procedimento ora impugnado narrado no **Capítulo 9 | DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**, seguem na sequência, a íntegra das redações dos **itens 9.4, 9.6 (com subitem 9.6.1) e 9.7.**

9.4 - Os Envelopes ou Invólucros padronizados com a Via Não-Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a LICITANTE.

9.6 - Recebidos os Envelopes, a Comissão Permanente de Licitação retirará o conteúdo do Envelope ou Invólucro nº: 01 - Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via-Não Identificada e abrirá o Envelope ou Invólucro nº: 03 - Proposta Técnica - Conjunto de Informações. As propostas serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das LICITANTES presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as Licitantes.

9.6.1 - O Envelope ou Invólucro nº: 02 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada e o Envelope nº: 04 - Proposta de Preço, permanecerão lacrados em poder da Comissão Permanente de Licitação e deverão ser rubricados no fecho por seus membros e pelos Representantes Legais presentes.

9.7 - Os Envelopes ou Invólucros abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento. **(grifos nossos)**

05.6./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. explicar, justificar e apresentar a base legal para a redação da exigência contida no **item 9.7 do Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** - aos termos da **Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**.

05.7./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR a redação da exigência contida no **item 9.7 do Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** - aos termos da **Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas técnicas de forma SEGURA e que as mesmas tenham um julgamento NÃO-IDENTIFICADO e OBJETIVO.

1.6./- DA IRREGULARIDADE DA PARTICIPAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DAS SESSÕES PÚBLICAS COM A PRESENÇA DAS EMPRESAS LICITANTES

06.1./- Mais uma vez a redação do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** causa estranheza, agora quando se analisa a redação do **item 20.1 do Capítulo 20 | DISPOSIÇÕES GERAIS**. A transcrição do termo editalício citado, segue na sequência - na íntegra.

NO EDITAL

20 - DISPOSIÇÕES GERAIS

20.8 - Todas as sessões serão realizadas na sala de reuniões, com a participação dos membros da subcomissão julgadora e representantes de cada Licitante. (grifos nossos)

06.2./- A possibilidade dos membros da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento de sessões públicas com a presença de representantes das empresas LICITANTES é completamente IRREGULAR e ILEGAL, como se pode depreender de rápida leitura do **parágrafo 1º do artigo 11 da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, cuja redação que abaixo - na íntegra.

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

06.3./- Quem recebe as propostas técnicas e comerciais das empresas LICITANTES na primeira sessão pública é somente os membros da Comissão Permanente de Licitação | CPL. Quem apresenta as notas e argumentos de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES realizados pela SubCom. na segunda sessão pública é somente os membros da Comissão Permanente de Licitação | CPL. Quem abre os invólucros comerciais das empresas LICITANTES na terceira sessão pública é somente os membros da Comissão Permanente de Licitação | CPL. Quem recebe e abre os invólucros de documentação das empresas LICITANTES na quarta sessão pública é somente os membros da Comissão Permanente de Licitação | CPL.

06.4./- Não existe base legal para a presença e convivência dos membros da SubComissão Técnica | SubCom. de julgamento nas sessões públicas com a presença das empresas LICITANTES.

06.4.1./- Tal possibilidade permitiria - por óbvio, a prévia identificação da autoria das propostas e - assim, afrontaria e atacaria o principal ordenamento da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**: o julgamento objetivo e apócrifo das propostas técnicas.

06.5./- E resta evidente que a permissão de que dos membros da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento compareçam às sessões públicas com as presenças de representantes das empresas LICITANTES expõe o conteúdo e o conhecimento antecipado das propostas aos próprios membros que as julgarão, hipótese grave e que fragiliza o certame licitatório e a objetividade e lisura do julgamento.

06.6./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. explicar, justificar e apresentar a base legal para a redação da exigência contida no **item 20.1 do Capítulo 20 | DISPOSIÇÕES GERAIS do Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022**.

06.7./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR a redação da exigência contida no **20.1 do Capítulo 20 | DISPOSIÇÕES GERAIS do Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022 - aos termos parágrafo 1º do artigo 11 da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas técnicas de forma SEGURA e que as mesmas tenham um julgamento NÃO-IDENTIFICADO e OBJETIVO.

- II -

SOBRE A IRREGULAR
CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE
JULGAMENTO

**I.7./- DA FALTA DE TRANSPARÊNCIA NA PUBLICAÇÃO E
NA FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE
JULGAMENTO**

07.1./- Inicialmente, cabe destacar INCORRETO PROCEDIMENTO adotado pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.

FATO 1

A Comissão Permanente de Licitação | CPL. publicou na página 04 da **Edição nº: 6.543 do Diário Oficial | DO. do Município de Petrópolis** em 09.11|2022 (quarta-feira), um Aviso de Chamamento Público para inscrição de profissionais interessados a comporem a SubComissão Técnica de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES relativo à uma futura contratação de serviços públicos através de uma AGÊNCIA de Publicidade.

AVISO DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº: 05 | 22

A PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS, por intermédio do Departamento de Licitações, Compras e Contratos Administrativos, torna público para conhecimento dos interessados, que realizará Chamamento Público, para fins de **INSCRIÇÃO**, de profissionais formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, para compor subcomissão técnica para julgamento das propostas técnicas a serem apresentadas em licitação na modalidade Concorrência Pública, aberta pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS, objetivando a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº: 12.232 | 2010. Prazo para inscrição, da data de publicação até o dia 17/11/2022 às 18h, no Departamento de Licitações, Compras e Contratos Administrativos (DELCA) da Secretaria de Administração e Recursos Humanos da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Artigo 10 da Lei Federal nº: 12.232 | 2010.

Edital completo e maiores informações poderão ser obtidos no DELCA - Departamento de Licitações, Compras e Contratos Administrativos, sito à Av. Barão do Rio Branco, 2.846, 3º andar, Centro, Petrópolis | RJ, no horário das 9h às 18h, de segunda a sexta-feira e no "site": www.petropolis.rj.gov.br - Portal da Transparência - Link Licitações, **a partir de 09.11|22 (sic)**. Aos 08 (oito) dias do mês de novembro de 2022.

EDIMILSON DIAMANTINO RODRIGUES
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

FATO 2

Em consulta ao 'site' oficial da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe., a própria instituição informa que tal publicação - de fato, somente foi disponibilizada aos interessados em 11.11|2022 (sexta-feira); e somente após o horário das 16h15 - quase ao final do expediente.

FATO 3

Como agravante, a sexta-feira | 11.11|2022 era uma véspera de feriado "e

FATO 4

Como a redação do Chamamento Público nº: 05 | 2022 indicava, o prazo para a inscrição dos profissionais interessados a comporem a SubComissão Técnica de julgamento terminava em 17.11|2022 (quinta-feira) - às 18h.

Isso posto, a conta é simples:

- CONSIDERANDO que no sábado e domingo (dias 12 e 13.11) a Prefeitura - por óbvio, não abriu e - assim, ninguém conseguiria se inscrever.

- CONSIDERANDO que na segunda-feira passada (dia 14.11) a Prefeitura emendou e - assim, novamente, ninguém conseguiria se inscrever.

- E por fim, CONSIDERANDO que no feriado do dia 15.11 | Proclamação da República foi feriado e a Prefeitura também não funcionou e - mais uma vez ninguém conseguiria se inscrever.

Pelos dados expostos, se pode concluir - INDUBITAVELMENTE, que os eventuais profissionais interessados teriam somente alguns minutos do expediente do dia 11.11|2022 - sexta-feira (e véspera de um feriado prolongado) e os dias 16.11|2022 - quarta-feira (pós-feriado prolongado) e 17.11|2022 - quinta-feira.

Para ser mais exato: até às 18h. do dia 17.11|2022 - quinta-feira, os eventuais profissionais interessados teriam somente uma e 45 minutos do dia 11.11|2022 - sexta-feira (e véspera de um feriado prolongado) + nove horas do dia 16.11|2022 - quarta-feira (pós-feriado prolongado) + nove horas do dia limite: 17.11|2022 - quinta-feira.

Enfim, para efetuarem seu cadastramento, os profissionais interessados a comporem a SubComissão Técnica de julgamento (que porventura não tivessem viajado) teriam somente 19 horas e 45 minutos para tomarem ciência, localizar e organizar seus documentos e ainda se dirigirem ao Departamento de Licitações, Compras e Contratos Administrativos | DELCA. da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.

Isso, considerando um expediente das 9h. às 18h. direto (sem intervalo de almoço) para os funcionários do Departamento de Licitações, Compras e Contratos Administrativos | DELCA. e - ainda, que algum profissional eventualmente interessado a compor a SubComissão Técnica de julgamento (que porventura não tivesse viajado) se propusesse se inscrever em seu horário de almoço.

FATO 5

Como agravante e fato complicador, que se ressalte que a redação do **Edital Chamamento Público nº: 05 | 2022** apresenta como EXIGÊNCIA que os eventuais profissionais interessados fizessem suas inscrições - exclusivamente, de maneira presencial, não permitindo cadastramento de forma 'on-line'.

FATO 6

Como mais um fato agravante e limitador, que se destaque que o Edital **Chamamento Público nº: 05 | 22** possui 05 (cinco) páginas e não é simples, requer tempo de análise dos interessados e juntada de documentos.

FATO 7

Por fim - e para que não restem dúvidas de tamanha IRREGULARIDADE, um Chamamento Público que "*disponibilize*" (**sic**) apenas 19 horas e 45 minutos para inscrição dos profissionais interessados a comporem a SubComissão Técnica de julgamento, é fato INÉDITO.

07.03./- Como comprovação que tal procedimento é tão "*sui generis*" - e que deixa ainda mais transparente que o mesmo vai de encontro a todos os outros recentes chamamentos públicos para formação de SubComissões Técnicas de julgamento em instituições públicas no país, basta uma FÁCIL e SIMPLES busca na internet e/ou no site institucional de diversas instituições públicas do país, para se localizar - somente **100 (cem) exemplos** iniciais:

- 01 | **Tribunal de Contas` do Estado de Alagoas | TCE. - AL.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2017).
- 02 | **Tribunal Regional do Trabalho | TRT. - Maceió** (Chamamento Público nº.: 001 | 2012).
- 03 | **Governo do Estado de Santa Catarina | SC.** (Chamamento Público nº.: 052 | 2019).
- 04 | **Governo do Estado do Amazonas | AM.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).
- 05 | **Governo do Estado do Acre | AC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 06 | **Governo do Estado do Rio Grande do Norte | RN.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 07 | **Governo do Estado de Rondônia | RO.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2017).
- 08 | **Assembleia Legislativa do Estado do Tocantins | TO.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2018).
- 09 | **Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba | PA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 10 | **Assembleia Legislativa do Estado de Roraima | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 11 | **Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 12 | **Prefeitura Municipal de Salvador | BA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2013).
- 13 | **Prefeitura Municipal de Goiânia | GO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2010).
- 14 | **Prefeitura Municipal de Corumbá | MS.** (Chamamento Público nº.: 005 | 2018).
- 15 | **Prefeitura Municipal de Belém | PA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 16 | **Prefeitura Municipal de Pato Branco | PR.** (Chamamento Público nº.: 006 | 2019).
- 17 | **Prefeitura Municipal de Dourados | MT.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 18 | **Prefeitura Municipal de Paulínia | SP.** (Chamamento Público nº.: 006 | 2018).
- 19 | **Prefeitura Municipal de Petrópolis | RJ.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 20 | **Prefeitura Municipal de Arraial do Cabo | RJ.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 21 | **Prefeitura Municipal de Porto Real | RJ.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 22 | **Prefeitura Municipal de Araras | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2010).

- 23 | Prefeitura Municipal de Bragança Paulista | SP.** (Decreto Municipal nº: 2.950 - de 25.04|2019).
- 24 | Prefeitura Municipal de Piracicaba | SP.** (Chamada Pública - de 30.08|2017).
- 25 | Prefeitura Municipal de Igarapé | MG.** (Chamamento Público nº: 006 | 2018).
- 26 | Prefeitura Municipal de Araranguá | SC.** (Chamamento Público nº: 001 | 2018).
- 27 | Prefeitura Municipal de Goianésia | GO.** (Chamamento Público nº: 001 | 2017).
- 28 | Prefeitura Municipal de Lagoa Santa | MG.** (Edital de Convite e Cadastramento - de 14.01|2019).
- 29 | Prefeitura Municipal de São Lourenço da Mata | PE.** (Chamamento Público nº: 001 | 2019).
- 30 | Prefeitura Municipal de Itacaré | BA.** (Chamamento Público nº: 002 | 2019).
- 31 | Prefeitura Municipal de Campo Grande | MS.** (Chamamento Público nº: 001 | 2019).
- 32 | Prefeitura Municipal de Campo Verde | MT.** (Chamamento Público nº: 001 | 2018).
- 33 | Prefeitura Municipal de Caraguatatuba | SP.** (Chamamento Público nº: 010 | 2018).
- 34 | Prefeitura Municipal de Eunápolis | BA.** (Chamamento Público nº: 005 | 2019).
- 35 | Prefeitura Municipal de Porto Velho | RO.** (Chamamento Público nº: 001 | 2019).
- 36 | Prefeitura Municipal de Canela | RS.** (Chamamento Público nº: 003 | 2019).
- 37 | Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante | CE.** (Chamamento Público nº: 2019.03.20.001).
- 38 | Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Capibaribe | PE.** (Chamamento Público nº: 001 | 2019).
- 39 | Prefeitura Municipal de Governador Valadares | MG.** (Chamamento Público nº: 003 | 2018).
- 40 | Prefeitura Municipal de Garanhuns | PE.** (Chamamento Público nº: 004 | 2017).
- 41 | Prefeitura Municipal de Londrina | PR.** (Chamamento Público nº: 004 | 2014).
- 42 | Prefeitura Municipal de Valinhos | SP.** (Chamamento Público nº: 001 | 2015).
- 43 | Prefeitura Municipal de Venâncio Aires | RS.** (Chamamento Público nº: 007 | 2019).
- 44 | Prefeitura Municipal de Itaguara | MG.** (Chamada Pública nº: 002 | 2018).

- 45 | Prefeitura Municipal de Peixoto de Azevedo | MT.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 46 | Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 47 | Prefeitura Municipal de Viamão | RS.** (Chamamento Público nº.: 005 | 2013).
- 48 | Prefeitura Municipal de Dois Vizinhos | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2014).
- 49 | Prefeitura Municipal de Nanuque | MG.** (Chamamento Público nº.: 008 | 2018).
- 50 | Prefeitura Municipal de Redenção | PA.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).
- 51 | Prefeitura Municipal de Catalão | GO.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2017).
- 52 | Prefeitura Municipal de Franca | SP.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 53 | Prefeitura Municipal de Marataízes | ES.** (Chamamento Público - de 11.04 | 2016).
- 54 | Prefeitura Municipal de Cariacica | ES.** (Chamamento Público nº.: 015 | 2014).
- 55 | Prefeitura Municipal de Tubarão | SC.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2017).
- 56 | Prefeitura Municipal de Caçapava | SP.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2014).
- 57 | Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná | PR.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2014).
- 58 | Prefeitura Municipal de Araquari | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2014).
- 59 | Prefeitura Municipal de Lençóis Paulista | SP.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2018).
- 60 | Prefeitura Municipal de Cruz Machado | PR.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2018).
- 61 | Prefeitura Municipal de Telêmaco Barbosa | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 62 | Prefeitura Municipal de Porto Vitória | PR.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).
- 63 | Prefeitura Municipal de Maripá | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 64 | Prefeitura Municipal de São José | SC.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2013).
- 65 | Prefeitura Municipal de SINOP | MT.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2013).
- 66 | Prefeitura Municipal de Aracruz | ES.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2013).

- 67 | Prefeitura Municipal de Paraty | RJ.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2020).
- 68 | Prefeitura Municipal de Pinheiral | RJ.** (Chamada Pública nº.: 005 | 2020).
- 69 | Prefeitura Municipal de Pirai | RJ.** (Chamada Pública nº.: 003 | 2021).
- 70 | Prefeitura Municipal de Paty do Alferes | RJ.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 71 | Empresa Salvador Turismo | BA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 72 | Consórcio Intermunicipal Grande ABC | SP.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2018).
- 73 | Prefeitura Municipal de Petrópolis | RJ.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019). (grifo nosso)
- 74 | Prefeitura Municipal de Belo Horizonte | MG.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2011).
- 75 | Prefeitura Municipal de Poças de Caldas | MG.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 76 | Prefeitura Municipal de Imbituba | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 77 | Prefeitura Municipal de São Paulo | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 78 | Prefeitura Municipal de Maringá | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2021).
- 79 | Prefeitura Municipal de Contagem | MG.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 80 | Prefeitura Municipal de Pato Branco | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 81 | Prefeitura Municipal de Rio Branco | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2016).
- 82 | Prefeitura Municipal de Guarujá | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 83 | Prefeitura Municipal de Criciúma | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2013).
- 84 | Prefeitura Municipal de Limeira | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 85 | Prefeitura Municipal de Pinhalzinho | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 86 | Prefeitura Municipal de Jaru | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 87 | Prefeitura Municipal de Cáceres | MT.** (Chamamento Público | 2019).
- 88 | Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2016).

89 | Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo | SP. (Chamamento Público nº: 003 | 2019).

90 | Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil | CAU. (Chamada Pública nº: 002 | 2019).

91 | Conselho Federal de Odontologia | CFO. (Chamada Pública nº: 001 | 2018).

92 | Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul | CREMERS. (Chamada Pública nº: 003 | 2019).

93 | Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo | CREA. - SP. (Chamada Pública nº: 002 | 2018).

94 | Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado de Mato Grosso | CREA. - MT. (Chamada Pública nº: 001 | 2019).

95 | Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado do Ceará | CREA. - CE. (Chamada Pública nº: 001 | 2019).

96 | Conselho Federal de Farmácia | CFF. (Chamamento Público nº: 002 | 2009).

97 | Conselho Regional de Psicologia do Rio Grande do Sul | CRPRS. (Chamamento Público nº: 001 | 2017).

98 | Departamento de Água e Esgoto de Marília | DAEM. (Procedimentos de inscrição e seleção dos membros da subcomissão técnica).

99 | Fundação Centro Universitário de Mandaguari | UNIMAN. - PR. (Procedimentos de inscrição e seleção dos membros da subcomissão técnica).

100 | ELETRONORTE | AM. (Chamamento Público nº: 002 | 2015).

07.02./- A inexistência um **chamamento público** TRANSPARENTE e DEMOCRÁTICO que apresente um prazo possível e RAZOÁVEL para inscrição dos profissionais habilitados e interessados a participarem da SubComissão Técnica de Julgamento, além de IMPEDIR a livre participação de profissionais do mercado - que poderiam demonstrar interesse em se inscrever, afronta a norma aplicada pela maioria dos órgãos públicos, que já realizaram o mesmo tipo de contratação através de licitação.

07.02.1./- Além disso, deixa de cumprir a motivação principal da criação da **Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, que é a de diminuir a influência da administração pública nas contratações de serviços de publicidade e propaganda, para que o processo se torne mais TRANSPARENTE e ISONÔMICO - impedindo assim, que direcionamentos ou preferências possam acontecer.

07.03./- Fato distante ao ordenamento licitatório, é que não se consegue encontrar em nenhum item ou subitem, alínea ou tópico da redação do **Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** - ou ainda em quaisquer de seus 15 (quinze) anexos, um único argumento que justifique a decisão de não se promover um chamamento público com prazo possível e RAZOÁVEL para inscrição dos profissionais habilitados e interessados a participarem da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES do referido processo licitatório - ora em tela.

07.04./- Por todo o exposto acima - em detalhes, deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. APRESENTAR as bases legais e razões de não se promover um chamamento público com prazo possível e RAZOÁVEL para inscrição dos profissionais habilitados e interessados a participarem da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2022**.

07.05./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR tal **IRREGULARIDADE** e promover um transparente chamamento público de profissionais do mercado publicitário para comporem a relação de membros internos e externos - com e sem vínculo com a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. que serão sorteados para compor a SubComissão Técnica | SubCom. de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2022**.

1.8./- DO PRAZO IRREGULAR DA PUBLICAÇÃO DA RELAÇÃO DE NOMES A SEREM SORTEADOS PARA FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO

08.1./- Mais uma vez, cabe destacar INCORRETO PROCEDIMENTO adotado pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.

FATO 8

Em análise sequencial, a Comissão Permanente de Licitação | CPL. publicou na página 05 da **Edição nº.: 6.548 do Diário Oficial | DO. do Município de Petrópolis** em 18.11|2022 (sexta-feira), a relação dos profissionais que apesar de todas as dificuldades expostas conseguiram se cadastrar em tempo recorde para serem sorteados para compor a SubComissão Técnica de julgamento.

FATO 9

Novamente, em simples consulta ao 'site' oficial da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe., a própria instituição informa que tal publicação - de fato, somente foi disponibilizada aos interessados 05 (dias) depois: em 23.11|2022 (quarta-feira); e somente após o horário das 15h20.

FATO 10

CONSIDERANDO que a redação do **parágrafo 4º do artigo 10 do Capítulo II | DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010** é clara ao determinar:

Parágrafo 4º - A relação dos nomes referidos nos parágrafos 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio. (grifos nossos)

FATO 11

CONSIDERANDO que a redação da relação de profissionais publicada na página 05 da **Edição nº: 6.548 do Diário Oficial | DO. do Município de Petrópolis** em 18.11|2022 (sexta-feira) afirma que o sorteio será realizado no dia 02.12|2022 (sexta-feira).

Isso posto, a conta é simples:

- CONSIDERANDO que a publicação da relação de profissionais - de fato, somente foi disponibilizada aos interessados em 23.11|2022 (quarta-feira) - sendo esta a data inicial da contagem do prazo legal de 10 (dez) dias.

- CONSIDERANDO então, em contagem simples, que em se contando 10 (dez) dias corridos (sequer dias úteis), o sorteio dos nomes dos profissionais inscritos em tempo recorde só poderia se dar a partir de 03.12|2022 (sábado).

- CONSIDERANDO que dia 03.12|2022 (sábado) é um sábado e - por óbvio, não será um dia de expediente da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe., como também no dia seguinte: um domingo.

- CONSIDERANDO - por fim, que o primeiro dia útil seria então 05.12|2022 (segunda-feira).

Por fim, em se CONSIDERANDO que se mantivesse a data do dia 02.12|2022 (sexta-feira) e se reconhecesse a legalidade de publicação em tela;

Teríamos que CONSIDERAR que dia 29.11|2022 (terça-feira) - por nova coincidência, é feriado municipal em Petrópolis (chegada dos colonos alemães na cidade) e também Dia do Padroeiro de Petrópolis.

Mais: que na segunda-feira (dia anterior ao feriado) | dia 29.11|2022 (terça-feira), a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. novamente emendou o feriado.

Assim sendo, em nova contagem simples, fica devassado que - da publicação liberada em 23.11|2022 (quarta-feira) à 02.12|2022 (sexta-feira), restariam somente 04 (quatro) dias em que a Prefeitura estaria em funcionamento antes da data do sorteio, prejudicando e reduzindo - em muito, o prazo legal para impugnação dos nomes inscritos - nos termos do **parágrafo 5º do artigo 10 do Capítulo II | DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; cuja transcrição segue na sequência - na íntegra.

Parágrafo 5º - Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os parágrafos 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis. (grifo nosso)

08.02./- O DESRESPEITO ao prazo legal da publicação do sorteio dos profissionais que irão participar da SubComissão Técnica de Julgamento, afronta a legislação que normatiza TODAS as licitações em órgãos públicos no país.

08.02.1./- Além disso, deixa de cumprir a motivação principal da criação da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, que é a de diminuir a influência da administração pública nas contratações de serviços de publicidade e propaganda, para que o processo se torne mais TRANSPARENTE e ISONÔMICO - impedindo assim, que direcionamentos ou preferências possam acontecer.

08.03./- Fato distante ao ordenamento licitatório, é que não se consegue encontrar em nenhum item ou subitem, alínea ou tópico da redação do **Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** - ou ainda em quaisquer de seus 06 (seis) anexos, um único argumento que justifique a decisão de não se respeitar o prazo legal da publicação do sorteio dos profissionais que irão participar da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento e julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES do referido processo licitatório - ora em tela.

08.04./- Por todo o exposto acima - em detalhes, deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. APRESENTAR as bases legais e razões de de não se respeitar o prazo legal da publicação do sorteio dos profissionais que irão participar da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2022**.

08.05./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR tal **IRREGULARIDADE** e REPUBLICAR a relação dos profissionais inscritos que serão sorteados para compor a SubComissão Técnica | SubCom. de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2022.**

08.06./- Por fim, a soma dos dois estranhos e IRREGULARES procedimentos relativos aos prazos das publicações relativas à formação da SubComissão Técnica | SubCom de Julgamento afronta os termos da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** e o **Princípio da Transparência**, por - obviamente, fragilizar a isenção do julgamento das propostas técnicas.

08.07./- Tal **FALTA DE TRANSPARÊNCIA** pode contaminar todo o processo licitatório.

- III -

DO INVÓLUCRO Nº.: 1

I.9./- SOBRE A INDISPONIBILIDADE DO INVÓLUCRO 1 - DE RESPONSABILIDADE DA PREFEITURA, ÀS VÉSPERAS DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

09.1./- Inicialmente, as redações do **subitem 6.1.1.3** e da **observação 3 do item 10.1 do Edital da Concorrência nº.: 006 | 2022** informam às empresas LICITANTES que o envelope (sic) padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 10h. às 18h., na SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E DE RECURSOS HUMANOS - DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES, COMPRAS E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS, devendo ser agendada data e horário a sua retirada pelo telefone: (24) 2233.8195 e 2233.8199, **mediante a entrega de duas resmas de papel A4.**

6.1.1.3 - O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 10hs às 18hs, na SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E DE RECURSOS HUMANOS - DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES, COMPRAS E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS, devendo ser agendada data e horário a sua retirada pelo telefone (24) 2233.8195 e 2233-8199, mediante a entrega de duas resmas de papel A-4.

10 - DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)

10.1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

OBS. 3: O envelope ou invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 10h às 18h, na SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E DE RECURSOS HUMANOS - DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES, COMPRAS E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS.

09.2./- A redação do **artigo 9º da Lei Federal 12.232 - de 29.04|2010** é clara quando determina que a responsabilidade do fornecimento prévio do invólucro padronizado destinado à apresentação da via não-identificada do plano de comunicação publicitária (invólucro nº: 1) é do órgão ou entidade responsável pela licitação - no caso, da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.

Parágrafo 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. (grifo nosso)

09.3./- Assim sendo, o invólucro nº: 1 que deveria estar disponível para retirada pelas empresas LICITANTES desde a publicação do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** - como aponta as redações do **subitem 6.1.1.3** e da **observação 3 do item 10.1**; não se encontra disponível até a data de 02.12|2022 - portanto, há apenas 06 (seis) dias úteis da data da apresentação das propostas técnicas pelas agências de publicidade.

09.3.1./- Ou seja, a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. não cumpre o que está indicado no próprio **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** e nos termos da **Lei Federal 12.232 - de 29.04|2010**.

09.3.2./- E esse descumprimento impacta - e muito, na criação e produção das peças e/ou materiais do Quesito Plano de Comunicação Publicitária - Via Não-Identificada (mais especificamente no conteúdo do subquesito Ideia Criativa), das empresas LICITANTES.

09.3.3./- Enfim, não é possível às agências criar peças de mídia e não-mídia sem ao menos saber o tamanho e a forma do invólucro nº: 1. Se tais peças e/ou materiais conseguirem ser inseridas no invólucro nº: 1 ou se serão adequadas ou não - em tamanho ou proporção.

09.3.4./- E - por óbvio, a real disponibilização do invólucro nº: 1 às vésperas da data da primeira sessão pública obrigaria às agências a trabalharem às cegas ou serem obrigadas a adaptar materiais criativos e complexos a qualquer custo para cumprirem um prazo injusto e que vai prejudicar às propostas.

09.4./- Pelo exposto, SOLICITAMOS à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. que:

- Explique e justifique a não liberação prévio do invólucro padronizado destinado à apresentação da via não-identificada do plano de comunicação publicitária (invólucro nº: 1).

- Diante do tamanho do FATO IMPEDIDOR de formulação segura das propostas técnicas pelas empresas LICITANTES, deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR tal IRREGULARIDADE e fornecer o invólucro nº: 1 com máxima antecedência reabrindo todos os prazos previstos no próprio **Edital da Concorrência nº: 006 | 2022**.

- IV -

DA PROPOSTA TÉCNICA

I.10./- DA EXIGÊNCIA ILEGAL

10.1./- As redações da alínea 'a' do subitem 10.2.3 | **Capacidade de Atendimento do Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** (folha 18); do subitem 11.2.1 do Capítulo 11 | **DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS** (folha 23) e do item 2.1 | **Capacidade de Atendimento do Capítulo 12 | DA PONTUAÇÃO** (folha 26) do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022**; cujas transcrições seguem abaixo - na íntegra, apresentam exigência abusiva, porque compromete o caráter competitivo do certame licitatório.

10.2.3 - A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) **Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação**, com a especificação do início de atendimento de cada um deles. (grifo nosso)

11 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.2 - Capacidade de Atendimento

11.2.1 - O porte e a tradição dos clientes atuais da LICITANTE e o conceito de seus produtos e serviços no mercado. (grifo nosso)

2 - Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

2.1 - O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: 03 (três) pontos. (grifo nosso)

10.2./- A exigência de apresentação de uma relação dos "*principais clientes*" é agravada e potencializada por adicionar mais uma limitação, já que as empresas LICITANTES somente podem apresentar para avaliação seus "*clientes atuais*", desvirtuando por completo o objetivo principal dos certames licitatórios para contratação de agências de publicidade, que têm o objetivo único de contratar a melhor proposta entre todas as empresas do setor. O que se quer e o que se deveria julgar são as AGÊNCIAS e nunca seus clientes.

10.3./- Tal prática é diretamente normatizada e claramente combatida na redação do **inciso I do parágrafo 1º do artigo 3º da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21 de junho de 1993:**

Parágrafo 1º - É vedado aos agentes públicos:

I - Admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo, inclusive nos casos de sociedades cooperativas, e estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos Licitantes **ou de qualquer outra circunstância impertinente** ou irrelevante para o específico objeto do Contrato, ressalvado o disposto nos **parágrafos 5º a 12 deste artigo e no artigo 3º da Lei Federal nº.: 8.248 - de 23 de outubro de 1991; (Redação dada pela Lei Federal nº.: 12.349 - de 2010).** (grifos nossos)

10.4./- Pelo exposto, SOLICITAMOS à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. que:

- Explique e justifique a inclusão de exigência que limita a apresentação da capacidade técnica das empresas LICITANTES e compromete e restringe o caráter competitivo do certame licitatório.

- Altere a redação da alínea 'a' do subitem 10.2.3 | **Capacidade de Atendimento do Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES ou INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** (folha 18); do subitem 11.2.1 do Capítulo 11 | **DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS** (folha 23) e do item 2.1 | **Capacidade de Atendimento do Capítulo 12 | DA PONTUAÇÃO** (folha 26) do Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022, permitindo que TODAS as AGÊNCIAS de Publicidade interessadas no certame licitatório sejam julgadas somente pelo conteúdo de suas propostas técnicas.

I.11./- DA RESTRIÇÃO IRREGULAR DO PRAZO DA APRESENTAÇÃO DAS PEÇAS DO QUESITO REPERTÓRIO

11.1./- A limitação de prazo imposta às empresas LICITANTES para a apresentação de suas peças e/ou materiais do quesito REPERTÓRIO restringem o potencial técnico das AGÊNCIAS Concorrentes.

11.2./- Tal limitação está claramente indicada na redação do subitem 10.3.6 do Anexo V | **FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA** (folha 19) do Capítulo 10 | **DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** do Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022 - que, mais especificamente, limita e reduz as potencialidades técnicas da apresentação dos trabalhos anteriores das AGÊNCIAS interessadas a participar do certame licitatório ora em tela somente aos **últimos 05 (cinco) anos**.

10.3 - Repertório

10.3.6 - Somente serão consideradas as peças e/ou os materiais veiculados, expostos ou distribuídos nos últimos 05 (cinco) anos.

(grifos nossos)

11.3./- É evidente que a Comissão Permanente de Licitação | CPL da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. utilizou como base para criar os critérios de apresentação e julgamento das propostas técnicas a **Instrução Normativa | IN. nº.: 04 - de 21.12|2010**, mas - estranhamente, não se ateuve ao discernimento constante nas redações dos **parágrafos 1º e 2º do artigo 15 da Subseção I | DAS DISPOSIÇÕES DE EDITAL SOBRE A PROPOSTA TÉCNICA** da citada Instrução, cujas transcrições seguem abaixo - na íntegra:

Parágrafo 1º - A fixação no Edital das datas de que tratam os **incisos XI e XII** deste artigo deve ser precedida de **cuidados capazes de não restringir o caráter competitivo do certame.** (grifo nosso)

Parágrafo 2º - A depender das circunstâncias do caso concreto, relacionadas com o valor estimado da contratação, com a expectativa do número de LICITANTES e outros aspectos pertinentes, o número máximo de exemplos de que trata o **inciso X** e as datas de que tratam os **incisos XI e XII - todos deste artigo, poderão não ser fixados no Edital.** (grifo nosso)

11.4./- E "*restringir o caráter competitivo do certame*" é justamente o que a redação do **subitem 10.3.6 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA** (folha 19) do **Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** do Edital da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** faz, porque afasta a possibilidade de que muitas empresas apresentem algumas de suas melhores peças para atender o quesito **REPERTÓRIO**.

11.5./- Impor tal limitação às empresas LICITANTES não faz nenhum sentido, ainda mais em um certame licitatório que por força da chamada **Lei da Publicidade - Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, indica que a contratação de serviços de publicidade e propaganda em serviços públicos tem que ser realizada através da utilização de critérios de seleção com base em fatores que - **OBRIGATORIAMENTE**, são de ordem técnica, já que estamos falando de serviços de **natureza predominantemente intelectual**.

11.6./- E tal **CONTRADIÇÃO** fica ainda mais realçada quando se pode encontrar logo na primeira página do **Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** (quinto elemento do **Preâmbulo**) que o tipo de licitação do certame licitatório é o de "**MELHOR TÉCNICA E PREÇO**" (sic).

11.6.1./- Como contratar, julgar, buscar e garantir contratar a melhor **AGÊNCIA** de Publicidade pela **lógica básica** da apresentação de sua melhor capacidade técnica se - ao mesmo tempo, se limita que a empresa LICITANTE apresente a totalidade de seu acervo técnico?

11.6.2/- Evidentemente, tal objetivo será FRUSTADO e o julgamento PREJUDICADO e - ainda, privilegiará algumas AGÊNCIAS de Publicidade em detrimento de outras, ferindo os **Princípios da Razoabilidade, Finalidade, da Especialidade, da Motivação e da Eficiência**,

11.7/- Pelo exposto, deve à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.:

- Explicar e justificar a inclusão de exigência que limita a apresentação da melhor capacidade técnica das empresas LICITANTES e que - dessa forma, restringe o caráter competitivo do certame licitatório.

- Alterar e/ou excluir a redação do **subitem 10.3.6 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA** (folha 19) do **Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022**, permitindo - dessa forma, que TODAS as AGÊNCIAS de Publicidade interessadas no certame licitatório possam participar em **igualdade de condições**.

1.12/- DA RESTRIÇÃO IRREGULAR DO PRAZO DA APRESENTAÇÃO DAS PEÇAS DO QUESITO RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | CASES

12.1/- A limitação de prazo imposta às empresas LICITANTES para a apresentação de suas peças e/ou materiais do quesito **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | 'CASES'** restringem o potencial técnico das AGÊNCIAS Concorrentes.

12.2/- Tal limitação está claramente indicada na redação do **subitem 10.4.4 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA** (folha 19) do **Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** - que, mais especificamente, NOVAMENTE limita e reduz as potencialidades técnicas da apresentação dos trabalhos anteriores das AGÊNCIAS interessadas a participar do certame licitatório ora em tela somente aos **últimos 05 (cinco) anos**.

10.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

10.4.4 - Somente serão consideradas as propostas implementadas nos **últimos 05 (cinco) anos**.
(grifos nossos)

12.3./- É evidente que a Comissão Permanente de Licitação | CPL, da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe, utilizou como base para criar os critérios de apresentação e julgamento das propostas técnicas a **Instrução Normativa | IN. nº: 04 - de 21.12|2010**, mas - estranhamente, não se ateuve ao discernimento constante nas redações dos **parágrafos 1º e 2º do artigo 15 da Subseção I | DAS DISPOSIÇÕES DE EDITAL SOBRE A PROPOSTA TÉCNICA** da citada instrução, cujas transcrições seguem abaixo - na íntegra:

Parágrafo 1º - A fixação no Edital das datas de que tratam os **incisos XI e XII** deste artigo deve ser precedida de **cuidados capazes de não restringir o caráter competitivo do certame.**
(grifo nosso)

Parágrafo 2º - A depender das circunstâncias do caso concreto, relacionadas com o valor estimado da contratação, com a expectativa do número de LICITANTES e outros aspectos pertinentes, o número máximo de exemplos de que trata o **inciso X** e as datas de que tratam os **incisos XI e XII - todos deste artigo, poderão não ser fixados no Edital.**
(grifo nosso)

12.4./- E "*restringir o caráter competitivo do certame*" é justamente o que a redação do **subitem 10.4.4 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA** (folha 19) do **Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** faz, porque afasta a possibilidade de que muitas empresas apresentem algumas de suas melhores peças para atender o quesito **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | 'CASES'**.

12.5./- Impor tal limitação às empresas LICITANTES não faz nenhum sentido, ainda mais em um certame licitatório que por força da chamada **Lei da Publicidade - Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, indica que a contratação de serviços de publicidade e propaganda em serviços públicos tem que ser realizada através da utilização de critérios de seleção com base em fatores que - **OBRIGATORIAMENTE**, são de ordem técnica, já que estamos falando de serviços de **natureza predominantemente intelectual**.

12.6./- E tal **CONTRADIÇÃO** fica ainda mais realçada quando se pode encontrar logo na primeira página do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022** (quinto elemento do **Preâmbulo**) que o tipo de licitação do certame licitatório é o de "**MELHOR TÉCNICA E PREÇO**". (sic)

12.6.1./- Como contratar, julgar, buscar e garantir contratar a melhor AGÊNCIA de Publicidade pela lógica básica da apresentação de sua melhor capacidade técnica se - ao mesmo tempo, se limita que a empresa LICITANTE apresente a totalidade de seu acervo técnico?

12.6.2./- Evidentemente, tal objetivo será FRUSTADO e o julgamento PREJUDICADO e - ainda, privilegiará algumas AGÊNCIAS de Publicidade em detrimento de outras, ferindo os **Princípios da Razoabilidade, Finalidade, da Especialidade, da Motivação e da Eficiência**.

12.7./- Pelo exposto, deve à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.:

- Explicar e justificar a inclusão de exigência que limita a apresentação da melhor capacidade técnica das empresas LICITANTES e que - dessa forma, restringe o caráter competitivo do certame licitatório.

- Alterar e/ou excluir a redação do **subitem 10.4.4 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA** (folha 19) do **Capítulo 10 | DO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES OU INVÓLUCROS 1, 2 e 3)** do **Edital da Concorrência Pública nº: 006 | 2022**, permitindo - dessa forma, que TODAS as AGÊNCIAS de Publicidade interessadas no certame licitatório possam participar em **igualdade de condições**.

- IV -

DA PROPOSTA DE PREÇOS

I.13./- DA IRREGULAR E ILEGAL PERMISSÃO DE PREÇOS INEXEQUÍVEIS E AINDA NÃO INDICADOS

13.1./- Em análise sequencial, a exigência constante no conteúdo da redação do **item 8.2 do Capítulo 8 | DAS PROPOSTAS DE PREÇOS** do **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022**, cuja redação segue abaixo - na íntegra, é **IRREGULAR**, como demonstraremos na sequência.

8 - DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.2 - Será entre 60 % (sessenta por cento) e 100 % (cem por cento) o valor percentual de desconto concedido sobre os custos dos serviços internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO - RJ) (...) (grifos nossos)

13.2./- Inicialmente - que se destaque que a chamada **Lei da Publicidade: a Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010** - uma **LEI ESPECÍFICA**, normatiza os critérios a serem utilizados em licitações para contratações de serviços de publicidade e propaganda em administrações públicas e - assim sendo, **DETERMINA** que as exigências para apresentação da proposta de preço deverá estar harmonizada com as "*formas de remuneração vigentes no mercado publicitário*", como pode ser percebido em simples leitura do **inciso V do artigo 6º do Capítulo II da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, que segue transcrito na sequência - na íntegra:

CAPÍTULO II

DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Artigo 6º - A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do **artigo 40 da Lei Federal nº: 8.666 - de 21 de junho de 1993**, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu **parágrafo 2º**, e às seguintes:

V - A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário. (grifo nosso)

13.3./- Tal procedimento se torna ainda mais ADEQUADO face que a utilização como base dos valores estabelecidos na **Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO | RJ.)** está claramente indicada e **NORMATIZADA** pela redação do **item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**. - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP. - em 16.12|1998. Como comprovação - segue abaixo, a transcrição da redação do supracitado item - na íntegra:

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.

(grifos nossos)

13.4./- Por sua vez, a referenciada **Lista | Cartilha de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro (SINAPRO | RJ.)** em sua página 05 (cinco), indica que - em relação à exequibilidade das propostas, o percentual limite de desconto máximo é de 50 % (cinquenta por cento), como pode ser percebido na transcrição da redação do referido texto, que segue na sequência - na íntegra:

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - SINAPRO. | RJ.

Os critérios gerais seguem rigorosamente as **Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**, editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP**. Bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a **Lei Federal nº.: 4.680 - de 18.06|1965** e os **Decretos Federais nºs.: 57.690 - de 01.02|1966 e 4.563 - de 31.12|2002**.

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nesta cartilha, e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP.

PREÇOS IRRISÓRIOS

Serão considerados como preços irrisórios e prática desleal os percentuais superiores a 50 % (cinquenta por cento) concedidos a títulos de desconto aos clientes, sejam públicos ou privados. (grifos nossos)

13.5./- Já o manual **LICITAÇÕES PÚBLICAS DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS COMO PREPARAR O PROCESSO LICITATÓRIO** da **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE | ABAP**, em sua página 05 (cinco), indica que - em relação à exequibilidade das propostas, o percentual limite de desconto máximo é de 30 % (trinta por cento), como pode ser percebido na transcrição da redação do referido texto, que segue na sequência - na íntegra:

**LICITAÇÕES PÚBLICAS DE SERVIÇOS
PUBLICITÁRIOS
COMO PREPARAR O PROCESSO
LICITATÓRIO**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE
PUBLICIDADE | ABAP.

A Proposta de Preço levará em consideração os valores da Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado em que se realiza a licitação, bem como os percentuais estabelecidos pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, como honorários sobre custos externos.

Deve ser atendida a disposição do **parágrafo 3º do artigo 44 da Lei Federal nº. 8.666 - de 21.06|1993**, onde se estabelece a impossibilidade de apresentação de propostas com preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado (**itens 3.6, 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão**).

Eventuais disposições quanto à concessão de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos e sobre os honorários de Produção ou Fornecimento externo deverão se limitar a percentuais razoáveis e que não impliquem no risco de inexecuibilidade do Contrato.

A pontuação (no caso da licitação ser do tipo "**Técnica e Preço**") dada à Proposta de Preço levará em consideração a concessão de descontos sobre os custos internos e sobre os honorários de produção externa, assim como - eventualmente, o valor mensal fixo a ser pago pelos serviços permanentes de orientação | consultoria | assessoria | gerenciamento permanente de comunicação e marketing, mas deverá estabelecer descontos viáveis, de forma a atender o **Princípio da Exequibilidade** do Contrato.

Tais exigências do Edital, quanto à concessão de descontos sobre os "*custos internos*" e sobre "*honorários de produção e suprimento externos*", devem atender às disposições do **parágrafo terceiro do artigo 44**, e do **parágrafo primeiro do artigo 46 - da Lei Federal nº. 8.666 - de 21.06|1993**.

Assim, não é admissível que se estabeleça a possibilidade de propostas que "apresentem preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero", incompatíveis com os preços de mercado. A exigência do **artigo 46, parágrafo 1º da citada Lei**, no que tange à fixação do preço máximo que a Administração Pública se propõe a pagar no caso de licitações do tipo "*melhor técnica*", não se sobrepõe ao **parágrafo 3º do artigo 44 da Lei Federal nº. 8.666 - de 21.06|1993**.

Levando em consideração que as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, ao estabelecer em seu **item 3.6 e subitens** que os percentuais de remuneração da agência quanto aos "*custos externos*" (percentual aplicável de **15 %** (quinze por cento) sobre os custos externos) bem como quanto aos custos internos (Tabela de Custos Internos dos Sindicatos das Agências de Propaganda de cada Estado), representam "*os preços de mercado*", para os fins e efeitos do **parágrafo 3º do artigo 44 da Lei Federal nº. 8.666 - de 21.06|1993**, recomendamos que:

a) **Em relação aos custos internos, o desconto máximo sobre a Tabela de Custos Internos dos Sindicatos das Agências de Propaganda - aceitável, deve ser de até 30 % (trinta por cento).** (grifos nossos)

13.6/- Já o manual **DESCOMPLICANDO A ELABORAÇÃO DE EDITAIS PARA LICITAÇÕES DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS da FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA | FENAPRO**, em sua página 28 (vinte e oito), indica que - em relação à exequibilidade das propostas, o percentual limite de desconto máximo é de 40 % (quarenta por cento), como pode ser percebido na transcrição da redação da **alínea 'a' do item 14.3** referido texto, que segue na sequência - na íntegra:

14.3 - Os quesitos a serem valorados são os integrantes do **item 1.1** da Proposta de Preços da LICITANTE, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que - nos termos do **parágrafo 1º do artigo 46 da Lei Federal nº. 8.666 - de 21.06|1993**, **não será aceito:**

a) Desconto superior a 40 % (quarenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e/ou material. (grifos nossos)

13.7/- Em continuidade informativa, as **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**, - emitidas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**, foram reconhecidas como aplicáveis pelo **Decreto Federal nº: 4.563 - de 31.12|2002** e pelo **Conselho Administrativo de Defesa Econômica | CADE**, - em **18.01|2017**.

DECRETO FEDERAL nº: 4.563 - de 31.12|2002

Artigo 1º - O artigo 7º do Regulamento aprovado pelo **Decreto Federal nº: 57.690 - de 01.02|1966**, passa a vigorar com a seguinte redação:

Artigo 7º - Os serviços de propaganda serão prestados pela AGÊNCIA mediante contratação - verbal ou escrita, de honorários e reembolso das 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 da Atividade Publicitária**, editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP**, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo - datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho - todas do ano de 2001; e registradas no Cartório do 1º Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da Cidade de São Paulo, respectivamente sob os nºs.: 263447, 263446 e 282131. (grifos nossos)

13.8./- Em ainda se falando nos termos do **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.**, a redação do **item 1 da Comunicação Normativa | CN. 014 - de 20.10|2009** é assertiva:

Comunicação Normativa | CN. 014 - de 20.10|2009

1 | Seja criteriosamente respeitado o disposto no **parágrafo 3º do artigo 44 da Lei Federal nº.: 8.666/93** com as alterações posteriores, que instituiu normas para licitações e contratos da administração pública, que estabelece: "**Não se admitirá proposta que apresente preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de custo zero**, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio LICITANTE, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração". (grifo nosso)

13.9./- Mais! A própria PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. - **corretamente**, reconhece a aplicação das **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** - emitidas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.**, mas **estranhamente**, não as aplica, em confronto com as corretas "*formas de remuneração vigentes no mercado publicitário*" - nos termos do **inciso V do artigo 6º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** e do próprio **item 3.6 das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**

13.10./- Tal fato se torna ainda mais grave por que as agências de publicidade - por força de **exigência legal**, em obediência aos termos do **parágrafo 1º do artigo 4º do Capítulo I | Disposições Gerais da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; para estarem habilitadas ao **atendimento de órgãos públicos** (o que - por consequência lógica, inclui a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.) são OBRIGADAS a obter o certificado de qualificação técnica emitido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** A transcrição da referida citação normativa segue na sequência - na íntegra.

Parágrafo 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.
(grifos nossos)

13.11./- E que se destaque que - até a presente data e desde a promulgação da **Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**, não se encontra em operação no país outra "*entidade equivalente*" - nos termos da **Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010**.

13.12./- Em conclusão lógica, as AGÊNCIAS de propaganda precisam cumprir e respeitar as **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** para conseguirem o certificado emitido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** - como também, para serem recertificadas.

12.12.1./- E para obter tal certificação junto ao **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** as agências de publicidade devem cumprir um rol de exigências técnicas, financeiras e administrativas - como está formalmente informado na redação do **item 2.5.1 do capítulo 02 das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**, cuja transcrição segue - na sequência:

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 a **alínea f do inciso I do artigo 17 do Decreto Federal nº: 57.690 - de 01.02|1966**, 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. (grifos nossos)

13.12.2./- E a seriedade da FISCALIZAÇÃO e a possibilidade de penalização às AGÊNCIAS de propaganda que não respeitem o regramento estabelecido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** pode-se constatar na leitura do **subitem 2.5.3.3 do capítulo 02 das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**, que segue transcrito - abaixo:

02 | DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ANUNCIANTES E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

2.5.3.3 - *A fim de garantir a efetividade das Normas-Padrão e a publicidade de seus atos, o CENP. deverá divulgar a decisão de reduzir o prazo de validade, suspender ou cancelar o "Certificado de Qualificação Técnica", expedindo circulares, publicando-as em boletins e no "website" para conhecimento dos associados fundadores e institucionais, autoridades públicas e Veículos de Comunicação. (grifo nosso)*

13.12.3./- Os certificados obtidos pelas agências de publicidade junto ao **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** têm validades específicas e - inicialmente, curtas, já que as empresas são constantemente avaliadas quanto ao cumprimento e adequação às **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** e à adequação ao ambiente da autorregulamentação publicitária.

13.12.4./- O monitoramento da atuação e postura das agências de publicidade certificadas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** é crescente e inflexível, tanto que a entidade apresentou ao mercado um padrão ainda superior - administrativamente e eticamente: o Manual "*Compliance e proposições éticas na autorregulação da publicidade*" - editado pelo CENP. - em 2014.

13.12.5./- Enfim, resta evidente e INDUBITÁVEL que para se manterem certificadas e/ou serem recertificadas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** as agências de publicidade devem cumprir as rígidas, éticas e profissionais **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**

13.12.6./- Por fim, as AGÊNCIAS de Publicidade que não respeitarem o regramento estabelecido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** correm o risco de não serem certificadas ou mesmo de perderem o Certificado de Qualificação Técnica | CQT. emitido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** e - sem o mesmo, ficam IMPEDIDAS de participarem de licitações públicas e/ou de atenderem a CLIENTES públicos.

13.13./- E estamos falando mais do que a fase inicial do processo licitatório, mas também a completa futura execução contratual, já que para continuarem aptas e legalizadas no atendimento de contratos de administrações públicas, as AGÊNCIAS de publicidade - por força da redação do **inciso XIII do artigo 55 da Lei Federal nº. 8.666 - de 21.06|1993,** devem manter em validade as mesmas condições de **regularidade fiscal** do quando do processo licitatório, inclusive o certificado obtido pelas agências de publicidade junto ao **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.**

Artigo 55 - São cláusulas necessárias em todo Contrato as que estabeleçam:

XIII - A obrigação do CONTRATADO de manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

13.14./- Portanto, o termo proposto pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. na redação do **item 8.2 do Capítulo 8 | DAS PROPOSTAS DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** é **IRREGULAR** e em **condições antieconômicas**, como se pode concluir na leitura atenta da legislação vigente no país.

13.14.1./- Nos termos do **subitem 2.9 das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.:**

2.9 - Conforme determina a **alínea f do inciso I do artigo 17 do Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01 de fevereiro de 1966, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem concorrência desleal (grifo nosso)**, podendo o CENR., diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no **artigo 74 dos seus Estatutos**, bem como representar à autoridade competente, para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável. **(grifos nossos)**

13.14.2./- Nos termos da **alínea f do inciso I do artigo 17 do Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01 de fevereiro de 1966:**

**Decreto Federal nº.: 57.690
- de 01 de fevereiro de 1966**

SEÇÃO 3ª

Da Ética Profissional

Artigo 17 - A AGÊNCIA de Propaganda, o Veículo de Divulgação e o Publicitário em geral, sem prejuízo de outros deveres e proibições previstos neste Regulamento, ficam sujeitos - no que couber, aos seguintes preceitos, genericamente ditados pelo **Código de Ética dos Profissionais da Propaganda** a que se refere o **artigo 17 da Lei Federal nº.: 4.680 - de 18 de junho de 1965:**

I - Não é permitido:

f) Contratar propaganda em condições antieconômicas ou que importem em concorrência desleal. (grifos nossos)

13.15./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR a redação da exigência contida no **item 8.2 do Capítulo 8 | DAS PROPOSTAS DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** - aos termos da redação do **inciso V do artigo 6º do Capítulo II da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, aos termos do **subitem 2.9 e item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**, e aos termos da redação da **alínea f do inciso I do artigo 17 do Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01 de fevereiro de 1966**, para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas comerciais de forma **SEGURA, OBJETIVA, INQUESTIONÁVEL e EXEQUÍVEL**.

13.16./- Pelo exposto, deve à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe.:

- Explicar e justificar a inclusão de possibilidade de apresentação de desconto de até **100 % (cem por cento)** em relação aos preços previstos na **Lista | Cartilha de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro (SINAPRO | RJ)**, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela Licitante, referentes a peças e/ou material, constante na redação do **item 8.2 do Capítulo 8 | DAS PROPOSTAS DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022**.

- Apresentar - **TRANSPARENTEMENTE e PREVIAMENTE**, qual o critério de inexequibilidade e a base legal que vai aplicar no julgamento das propostas comerciais das empresas LICITANTES.

I.14./- DA IRREGULAR EXIGÊNCIA DE REPASSE DO DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA | DPA.

14.1./- O Edital da Concorrência Pública nº.: 006 | 2022 traz outra exigência **IRREGULAR** em relação às propostas comerciais das empresas LICITANTES, como explicitaremos - em detalhes, em continuidade.

14.2./- A segunda irregularidade é a exigência (sic) constante na redação do **primeiro item (de 2) - na parte final do Anexo IV | FORMULÁRIO OFICIAL PARA PROPOSTA DE PREÇOS**, cuja transcrição segue na sequência - na íntegra:

ANEXO IV

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar o Contrato no prazo estabelecido pelo **MUNICÍPIO DE PETRÓPOLIS** e ainda declaramos:

* Que dos **20 % (vinte por cento)** do "*Desconto de Agência*", reverterá para o Município a parcela de **3 % (três por cento)**.

14.3./- Tal exigência é **absurda e desproporcional** aos parâmetros apresentados pela própria PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. no **Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022.**

14.4./- Mais: tal exigência não encontra suporte nas **Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.** - editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.** e referenciadas pela própria PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. no **Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022,** por várias vezes e desde seu preâmbulo.

14.5./- Especificamente sobre esse tema, o Conselho Superior do **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.** aprovou a **Resolução nº.: 02 - de 28.07|2021,** que é um Adendo ao **Anexo 'B'** - que normatiza justamente as possibilidades e limites de reversão do "**Desconto-Padrão de Agência | DPA.**".

14.5.1./- E o texto | título-resumo da **Resolução nº.: 02 - de 28.07|2021 | CENP,** já é por si só - definitivo e autoexplicativo: **Adendo ao Anexo 'B' que não se aplica às licitações públicas reguladas pela Lei 12.232/10 (grifo nosso)** e demais contratações que impeçam a aplicação de sua integralidade.

14.5.2./- Ou seja, inicialmente que a análise parta daqui: o **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.** esclareceu que não se aplicam às contratações por órgãos públicos as possibilidades e limites de reversão do "**Desconto-Padrão de Agência | DPA.**" normatizadas no **Anexo 'B'** das **Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.** - editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.**

14.6./- Em um segundo cenário, onde fosse legal de reversão do "**Desconto-Padrão de Agência | DPA.**" - o que argumentamos somente como ilustração ao ora impugnado; pelos limites normatizados no **Anexo 'B'** das **Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.** - editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.,** nem mesmo assim tal aplicação seria possível.

14.6.1./- Importante informar que o conteúdo do **Anexo 'B'** das **Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.** - inclusive, foi especificamente atualizado em 16.07|2019.

14.6.2./- A referência ao **Anexo 'B'** está - inclusive, claramente indicada, definida e determinada no **item 3.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.,** cuja transcrição segue na sequência - na íntegra:

3.5 - Nas transações entre ANUNCIANTES e AGÊNCIAS tendo por objeto a parcela negociável do "Desconto-Padrão de Agência", adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO "B" a estas Normas-Padrão.

14.7.- Para que fique transparente e devassada a irregularidade da exigência constante na redação do **primeiro item** (de 2) - na parte final do **Anexo IV | FORMULÁRIO OFICIAL PARA PROPOSTA DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** - inicialmente, transcrevemos na sequência - na íntegra, o conteúdo do **Adendo ao Anexo 'B' das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.:**

ANEXO B DAS NPAP (APROVADO EM 16/07/2019) INVESTIMENTO	PERCENTUAL DO INVESTIMENTO ANUAL EM MÍDIA DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO TOTAL EM VEÍCULOS ADERENTES REALIZADOS PELO ANUNCIANTE
Abaixo de R\$ 2.500.000,00	0 % (zero por cento)
De R\$ 2.500.000,01 até R\$ 7.500.000,00	2 % (dois por cento)
De R\$ 7.500.000,01 até R\$ 25.000.000,00	3 % (três por cento)
De R\$ 25.000.000,01 até 40.000.000,00	5 % (cinco por cento)
De R\$ 25.000.000,00 até 40.000.000,00	6 % (seis por cento)
De R\$ 40.000.000,01 até 55.000.000,00	7 % (sete por cento)
De R\$ 55.000.000,01 até 70.000.000,00	8 % (oito por cento)
De R\$ 70.000.000,01 até 85.000.000,00	9 % (nove por cento)
Acima de R\$ 100.000.000,00	10 % (dez por cento)

1.2 - Para os benefícios previstos neste adendo, pressupõe-se que os investimentos totais em mídia (grifo nosso), realizados anualmente, tenham as seguintes premissas:

a) Total dos investimentos realizados em veículos aderentes ao ambiente de autorregulação, por **CLIENTE-ANUNCIANTE** (soma dos investimentos realizados por meio de suas agências certificadas), com liberdade negocial entre o **CLIENTE** e suas **AGÊNCIAS**, garantindo - no entanto, os parâmetros dos benefícios.

b) Serão consideradas as verbas de mídia investidas apenas em veículos aderentes às **Normas-Padrão**, excluindo-se aqueles que não fixam a remuneração da **AGÊNCIA** pela intermediação de mídia.

c) Equilíbrio econômico de cada relação comercial quando o **CLIENTE** investir por mais de uma **AGÊNCIA**.

d) Havendo mais de uma conta de publicidade para atendimento, o **CLIENTE-ANUNCIANTE** poderá negociar com as **AGÊNCIAS** envolvidas parcela do valor referente ao **desconto-padrão**, de forma que a média aritmética simples obtida no cálculo dos valores revertidos, em relação ao total do investimento em mídia, esteja em conformidade aos parâmetros normativos.

e) Para promover o equilíbrio em relação às **AGÊNCIAS** que atendam contas menores de um **CLIENTE-ANUNCIANTE**, a **AGÊNCIA** com conta de publicidade com volume menor que 15 % do total de investimento em mídia deste **CLIENTE-ANUNCIANTE**, os parâmetros deste adendo não são aplicáveis.

1.3 - O **desconto-padrão** será assegurado somente à **AGÊNCIA** de Publicidade, tanto em ambiente legal, como em ambiente autorregulado, conforme legislação federal e normas de autorregulação, e justifica-se nas 02 (duas) etapas dos serviços prestados por **AGÊNCIA**.

a) **1ª etapa**: envolve os serviços técnicos de planejamento de mídia prestados exclusivamente ao **CLIENTE** e sendo - portanto, relação privativa e exclusiva entre **AGÊNCIA** e **ANUNCIANTE** que - quando encerrada e aprovada, dá início à segunda etapa.

b) **2ª etapa:** compreendendo a negociação, contratação e distribuição da mídia aos veículos de comunicação | divulgação, após aprovação prévia e expressa do ANUNCIANTE, gerando - obrigatoriamente, como esclarece em caráter interpretativo o **artigo 19 da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, o **desconto-padrão** remuneratório estabelecido pelo **artigo 11 da Lei Federal nº.: 4.680 - de 18.06|1965**, incluindo o 'def-credere' (cobrar do CLIENTE os valores contratados e repassá-los imediatamente ao VEÍCULO).

1.3.1 - Em princípio, a AGÊNCIA só é remunerada pelos serviços relacionados à intermediação de mídia quando é executado o plano de mídia - ou seja, quando concretizada a integralidade das etapas acima, pois na sua ausência ou incópletude, a AGÊNCIA não possuirá direito a qualquer remuneração fixada por VEÍCULOS.

1.3.2 - A AGÊNCIA deverá ajustar a remuneração pelos serviços com seu CLIENTE-ANUNCIANTE sempre que a 2ª etapa descrita acima não se concretize, para que as condições econômicas de contratação sejam positivas e viáveis para a boa execução do Contrato.

1.4 - Os serviços prestados diretamente pela AGÊNCIA, que sejam ligados ou resultem em investimentos em mídia, poderão ser remunerados pelo **desconto-padrão**, desde que tenham sido previamente ajustados entre AGÊNCIA e ANUNCIANTE, conforme rol abaixo:

a) Concepção, criação e execução da publicidade e sua distribuição aos VEÍCULOS de divulgação | comunicação aderentes à autorregulação.

b) Supervisão dos trabalhos de produção externa, desde que tenham relação direta com a geração de investimentos em mídia.

c) Cessão dos direitos de uso da criação nas campanhas a serem veiculadas, pois se presume que a criação intelectual, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à AGÊNCIA que os criou, observada a legislação sobre direito à propriedade intelectual.

d) Pesquisas relacionadas à concepção de peças e campanhas, desde que tenham relação direta com a geração de investimentos em mídia.

e) Despesas diretamente relacionadas à equipe de profissionais e demais recursos (pesquisa de mídia, softwares e afins) necessários ao planejamento e execução de mídia.

f) Projetos de reposicionamento de marca que efetivamente motivem posterior investimento em mídia.

g) Custos dos serviços de *'checking'*, previstos na legislação de regência, quando houver:

I - Viabilidade técnica: disponibilidade do serviço de checagem realizada por terceiros em determinada praça, para aquele determinado VEÍCULO de comunicação | divulgação. Cabe à AGÊNCIA apresentar as devidas justificativas e comprovações para demonstrar a inviabilidade apontada.

II - Viabilidade jurídica | econômica: considerando os princípios do equilíbrio contratual, da economicidade e proporcionalidade, os custos com os serviços de *'checking'* com auditoria independente não devem se revelar superiores aos custos médios de mercado de *'checking'* e ao montante que a AGÊNCIA recebe de remuneração do **desconto-padrão**, referente a cada veiculação negociada, vale dizer, para cada contratação (pedido de inserção | PI.) existe a respectiva remuneração do desconto-padrão, sendo que os custos de *'checking'* para esta veiculação não consomem - de fato, a remuneração da agência oriunda daquele PI., considerando o rol de serviços já elencados acima.

1.5 - O valor referente ao *'fee'* relacionado ao desconto-padrão deve ser igual ou maior ao mesmo, conforme previsões normativas do ambiente de autorregulação.

1.6 - Este adendo terá o início de sua vigência em 01 de janeiro de 2020, passando a vigor na data de sua publicação naquilo que couber.

1.7 - O acompanhamento aos novos parâmetros das **Normas-Padrão** será realizado por meio de um índice de aderência que:

(i) Será estruturado por meio de critérios objetivos, simples e realizado por terceiro independente, sob estritas regras de confidencialidade e sigilo da informação, sendo que seus resultados não se sujeitam a qualquer análise pelo Conselho de Ética.

(ii) Mensurado a cada biênio.

14.8./- Dessa forma, em simples cotejamento do conteúdo do **Anexo 'B' das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**, com a redação do primeiro item (de 2) - na parte final do **Anexo IV | FORMULÁRIO OFICIAL PARA PROPOSTA DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022**, resta EVIDENTE a INCOMPATIBILIDADE do que é exigido pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe, com as **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**.

14.8.1./- Tal exigência é tão ESTRANHA e IRREGULAR que - mesmo se admitindo a INÉDITA hipótese de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe, investisse a totalidade da verba - ou seja: **100 %** (cem por cento) do valor máximo previsto no **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022 (R\$ 2.500.000,00)** somente em mídia - nos termos do *caput* do item 1.2 acima; - ainda assim, o valor significaria a ABSURDA hipótese de **100 %** (cem por cento) do limite mínimo (**R\$ 2.500.000,00**) indicado pela redação do **Anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**, - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.

14.8.2./- Enfim, a reversão compulsória de **03 %** (dois por cento) do "*Desconto-Padrão de Agência | DPA*." imposta às empresas LICITANTES na redação do primeiro item (de 2) - na parte final do **Anexo IV | FORMULÁRIO OFICIAL PARA PROPOSTA DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022** é uma apropriação INDEVIDA e sem cobertura legal.

14.8.3./- Que se ressalte que os valores correspondentes do "*Desconto-Padrão de Agência | DPA*." constituem receitas da AGÊNCIA de Publicidade - unicamente, nos termos do **artigo 19 da Lei Federal nº: 12.232 - de 29.04|2010 - uma LEI ESPECÍFICA**, cuja redação segue abaixo - na íntegra, para que não restem mais dúvidas:

Artigo 19 - Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao **Desconto-Padrão de Agência** pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da AGÊNCIA de publicidade e - em consequência, o VEÍCULO de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do Desconto-Padrão à AGÊNCIA de publicidade for efetivado por meio de VEÍCULO de divulgação.

14.9./- Por todo o exposto - em detalhes, anteriormente, deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS APRESENTAR as bases legais para exigir das empresas LICITANTES a reversão da parcela de **03 %** (três por cento) do "*Desconto Padrão de Agência*" (**20 %**) para a PMPe., em confronto com o conteúdo da tabela das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

14.10./- Deve a PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMPe. CORRIGIR a redação do **primeiro item** (de 2) - na parte final do **Anexo IV | FORMULÁRIO OFICIAL PARA PROPOSTA DE PREÇOS do Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2022** - aos termos do **Anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP., para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas comerciais de forma SEGURA, OBJETIVA e INQUESTIONÁVEL.

14.11./- CONSIDERANDO que a redação do **parágrafo 1º do artigo 11 da LEI FEDERAL Nº.: 8.666 - de 21.06|1993** é clara ao determinar que a administração pública deve responder a todos os questionamentos em prazo máximo de 03 (três) dias úteis:

Parágrafo 1º - Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar Edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 03 (três) dias úteis (grifo nosso), sem prejuízo da faculdade prevista no **parágrafo 1º do artigo 113.** (grifo nosso)

14.12./- CONSIDERANDO que a redação do **parágrafo 3º da Resolução | CENP. Nº.: 11 - de 28.07|2021** indica como um dever das empresas LICITANTES "*analisar com atenção os Editais*" e "*identificar pontos contrários à legislação em vigor*"; •

Terceiro - É dever de quem participa de concorrências analisar com atenção os Editais e quando identificar pontos contrários à legislação em vigor apontá-los de forma expressa à comissão de licitação inclusive e especialmente as cláusulas que possam inibir a concorrência ou caracterizarem a oferta de preços vis e/ou que impliquem na desqualificação dos serviços a serem prestados. **(grifos nossos)**

15./- Diante da gravidade do conjunto de IRREGULARIDADES apresentadas e expostas - DETALHADAMENTE, no completo conteúdo de nossa IMPUGNAÇÃO; que DEVASSOU os erros, incoerências, omissões, IRREGULARIDADES e ILEGALIDADES - tornando INVIÁVEL a apresentação das Propostas - Técnicas e Comerciais, de forma SEGURA e OBJETIVA, a LICITANTE.

16./- Diante da realidade que esse conjunto de IRREGULARIDADES e ILEGALIDADES precisa ser SANEADO para segurança do certame licitatório ora impugnado.

17./- Diante da obviedade do FATO que as INDISPENSÁVEIS alterações IMPACTAM de modo substancial a essência do conteúdo e a formulação das propostas técnicas e comerciais das empresas LICITANTES interessadas a participar da **Concorrência Pública nº: 006 | 2022**.

requer que suas alegações de IMPUGNAÇÃO sejam aceitas e que o referido **Edital Concorrência Pública nº: 006 | 2022** - como também os efeitos do **Chamamento Público nº: 005 | 2022**, sejam SUSPENSOS e CORRIGIDOS, com a conseqüente REMARCAÇÃO e PUBLICAÇÃO da data de apresentação das propostas técnicas e comerciais, nos termos do **parágrafo 4º do artigo 21 da Lei Federal nº: 8.666 - de 29.06|1993**.

Petrópolis, 02 de dezembro de 2022