



Curitiba, 13 de julho de 2023

Prefeitura do Município de Mercedes-PR

Prezados Senhores:

- Laerton Weber - Prefeito Municipal
- Jaqueline Stein - Comissão Permanente de Licitações  
(via [licitacao@mercedes.pr.gov.br](mailto:licitacao@mercedes.pr.gov.br))

### **Referente: Edital de Concorrência nº 2/2023**

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARANÁ – SINAPRO/PR, entidade sindical, inscrito no CNPJ/ME nº 78.380.714/0001-60, vem respeitosamente na qualidade de representante sindical de licitantes interessadas no presente certame, apresentar

### IMPUGNAÇÃO

Ao **Edital de Concorrência nº 2/2023** cujo objeto é **contratação de Agência de Publicidade** a fim de prover os serviços de publicidade do **Município de Mercedes**.

### DA LEGITIMIDADE DA IMPUGNANTE

Inicialmente, como é de conhecimento desta Prefeitura do Município de Mercedes, a Impugnante é entidade sindical patronal representativa das empresas de propaganda. Ou seja, conforme determina seu estatuto social, "*é constituído para fins*

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

Site: [www.sinapropr.org.br](http://www.sinapropr.org.br)

E-mail: [sinapro@sinapropr.org.br](mailto:sinapro@sinapropr.org.br)

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174



*de (...) defesa e representação legal dos interesses econômicos e éticos da categoria na base territorial do Estado do Paraná, conforme estabelece legislação em vigor sobre a matéria, especialmente a Constituição Federal do Brasil, colaborando com os poderes públicos e com as demais associações, (...) buscando a realização da Justiça Social e o Desenvolvimento Nacional, com base nos princípios da liberdade de iniciativa e valorização do trabalho, como condições de dignidade humana.”*

Ainda, o próprio Estatuto concede como prerrogativa do Impugnante de *“representar, perante as autoridades administrativas e judiciárias, os interesses gerais de sua categoria ou os interesses individuais de seus associados”*.

Pelos motivos acima expostos, na qualidade de representante das licitantes, a Impugnante é parte legítima, devendo a presente peça ser processada e julgada nos termos da lei.

## DOS FATOS

O **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR**, encaminhou à Assessoria Jurídica da **Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO**, para análise, o **Edital de Concorrência nº 2/2023**, através do qual o **MUNICÍPIO DE MERCEDES** instaurou licitação para contratação de Agência de Publicidade e Propaganda, visando a prestação de serviços publicitários, e dela recebemos as considerações abaixo reproduzidas:

Passamos à análise:

### “1. Introdução

**1.1. Fundamentação legal:** a citação das Leis aplicáveis ao certame licitatório em exame, não está legalmente correta. O correto é:

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

Site: [www.sinapropr.org.br](http://www.sinapropr.org.br)

E-mail: [sinapro@sinapropr.org.br](mailto:sinapro@sinapropr.org.br)

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

“... de conformidade com a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com aplicação complementar das Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com alterações posteriores e demais diplomas legais aplicáveis, torna pública a realização de licitação...”

A legislação municipal não se aplica a matérias sobre as quais a União tenha competência privativa para legislar e é o caso das normas gerais para licitação e contratação pela Administração, de serviços de publicidade prestados por Agências de Propaganda. *(art. 22, inc. XXVII, da CF/88)*

Somente aos Estados é conferida competência suplementar para legislar sobre licitações, nos casos previstos em Lei. *(art. 24, §3º, da CF/88)*

A competência legislativa do Município resume-se às hipóteses previstas no art. 30 da CF/88.

**1.2.** A descrição dos serviços a serem prestados pela licitante, deve-se ater ao prescrito no art. 2º, caput, §1º e incisos, da Lei nº 12.232/2010, que é a Lei de Regência, pois é ela que “dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agências de Propaganda”. *(Enunciado da Lei nº 12.232/2010)*

**1.3.** Os serviços previstos no “Objeto” da Concorrência nº 2/2023 devem se ater ao disposto no art. 2º, §2º, da Lei nº 12.232, a saber:

.....

“§2º - Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no §1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades (...)”

.....

Portanto, respeitando o princípio constitucional da legalidade (art. 37, caput, da CF/88), a descrição do objeto constante da Introdução do Edital, deve corresponder a:

“... objetivando a contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de publicidade, assim compreendido o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral, nas condições fixadas neste Edital e seus Anexos, bem como nas determinações legais aplicáveis.”

**1.4.** Agência de Propaganda não administra e nem gerencia serviços de publicidade: ela presta tais serviços cuja administração e gerência incumbe ao Município, através do Gestor/Fiscal nomeado.

Agência de Propaganda não faz gravações, fotografias e filmagem: estes serviços são de produção/execução técnica, prestados por fornecedores de serviços especializados e a eles se refere o art. 2º, §1º, inc. II da Lei nº 12.232.

Obras, atos, programas administrativos não podem ser alvo de campanha ou anúncio publicitário.

## 2. Objeto, Participação e Aquisição do Edital

**2.1. Item 1.1:** dar ao item 1.1, a mesma redação recomendada no item 1.3 da presente análise.

**2.2. Subitem 1.1.2:** passa a ser subitem 1.1.1 com redação compatível com o que dispõe o art. 2º, §1º, da Lei nº 12.232/2010 e **deve ser alterada** para:

“1.1.1. Poderão ainda ser incluídos no Objeto, como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

- a. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei nº 12.232/2010;
- b. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”

Esta é a redação correta.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Não pode ser outra. O art. 2º, §2º da Lei nº 12.232/2010 **proíbe expressamente a inclusão no objeto, de outras atividades não previstas no caput e no §1º da supra citada Lei**. O próprio item 1.9 do Edital repete o texto da Lei supra citada.

**2.3. Subitem 1.8.1:** deve ser colocado na cláusula 7, que trata da Proposta de Preços.

**2.4. Item 1.10:** na primeira linha, **ao invés de** "... mesmo que não especificadas no Edital...", **deve ser** "... Lei de Regência da presente Concorrência...", e ao final da 2ª linha, **incluir** "... e pelo Município de Mercedes."

A Lei nº 12.232/10 deve ser observada por todos os que participam do pleito licitatório, e não apenas pela Agência Licitante.

### 3. Condições de Participação

**3.1. Item 4.4:** na 2ª linha, **ao invés de** "... Comissão Especial de Licitação...", **deve ser** "... Comissão Permanente de Licitação...", acompanhando o texto de Introdução ao Edital.

A mesma correção deve ser procedida no item 14.7, alínea "b" do Edital.

### 4. Apresentação e Entrega dos Envelopes

**4.1. Subitem 5.2.1:** na 1ª linha, dentro dos parênteses, **incluir o Envelope nº 02**, porque também ele é entregue na mesma ocasião, juntamente, com os Envelopes nºs 01 e 03.

### 5. Proposta Técnica

**5.1. Subitem 6.1.1.4, alínea "b", subalínea b.3:** na 2ª linha, **após** "... tabela cheia dos veículos...", **incluir** "... vigente na data de publicação do **AVISO**..."; na mesma 2ª linha, **eliminar** o trecho "... o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação...".

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Uma pequena licitação com verba para execução do contrato estimada em R\$ 240 mil, não é beneficiada pelo repasse. É necessário, no mínimo, uma verba de R\$ 2.500.000,01.

**5.2. Subitem 6.1.2, alínea "a":** na segunda linha, **eliminar** "... dos documentos de habilitação..." e **substituir por** "... da Proposta Técnica..." visto que a "Capacidade de Atendimento" é quesito contido no Envelope nº 3 e integra a Proposta Técnica.

**5.3. Subitem 6.1.3.4:** na 2ª linha, **eliminar** "... já veiculados na mídia", pois a redação deve acompanhar o disposto no subitem 6.1.3.1 e 6.1.4.1. **A proibição abrange "mídia" e "não mídia".**

## 6. Proposta de Preço

**6.1. Item 7.2, alínea "d":** na 1ª linha, **ao invés de** "... não inferior a 60 (sessenta) dias...", **deve ser** "... não superior a 60 (sessenta) dias..." (art. 64, §3º, da Lei nº 8.666/93, consolidada).

## 7. Documentos de Habilitação

**7.1. Item 8.1, alínea "e":** o "alvará" não substitui a "prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal" a que se refere o art. 29, inc. II da Lei nº 8.666. A prova de inscrição é a própria inscrição no Cadastro de Contribuintes do Município onde a licitante tem sua sede ou domicílio, este último se a licitante for MEI ou pessoa física.

**Necessário eliminar "(alvará)".**

## 8. Julgamento e Valoração da Proposta de Preço

**8.1. Item 10.2:** na 1ª linha, **após** "... licitantes classificadas...", **incluir** "... na Proposta Técnica...".

Apenas as licitantes que alcançarem a nota mínima de 70 (setenta) pontos na Proposta Técnica, terão as respectivas Propostas de Preços examinadas (item 9.6, alínea "b" do Edital).

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

**8.2. Item 10.7:** após "... quesitos de descontos..." **incluir** "e honorários...", porque, no item 10.5, o **quesito "A"** refere-se a "**Desconto**", e o **quesito "B"** refere-se a "**Honorários**". São remunerações diferentes entre si e não podem ser confundidas.

## 9. Procedimentos do Certame

**9.1. Subitem 14.6.1:** na última linha, ao citar os "Envelopes", **deve ser eliminado o de nº 02. O conteúdo do Envelope nº 02 não é julgado.** Ele é apenas uma reprodução identificada do conteúdo do Envelope nº 01 e serve somente para identificar a autoria do conteúdo do Envelope nº 01.

## 10. Condições Contratuais

**10.1. Item 17.7:** na 3ª linha, **eliminar** "... ou contratados". Os contratados o são por conta e ordem do Município, e respondem diretamente ao Município pelos "ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos etc.". A Contratada só responde por ações, demandas etc. que lhe sejam atribuídas por força de Lei, e não é o caso.

## 11. Remuneração e Pagamentos

**11.1. Item 18.6:** ao final da 2ª linha, **incluir** "ressalvados os valores devidos a terceiros".

Os valores devidos a terceiros são apenas repassados à Contratada para pagar tais terceiros, e não podem sofrer retenções e deduções.

## 12. Sanções

**12.1. Item 19.1, alíneas "b", "c" e "d":** em todas, na 1ª linha, **ao invés de** "... do valor contratual..." **ou** "... do valor do contrato...", **deve ser** "... do valor do serviço a ela afeto". A Contratada não pode ficar sujeita a multas calculadas sobre o valor do contrato predominante destinado a serviços de terceiros (fornecedores e veículos).

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

### 13. Disposições Finais

**13.1. Item 21.20, Anexo I: deve ser eliminado.** Como bem disposto no item 21.04, “o Briefing (Anexo II), reúne as informações necessárias à elaboração das Propostas e, portanto, atende às exigências do Termo de Referência (Anexo I)”.

### 14. Anexo I – Termo de Referência

**14.1. Pode ser eliminado nos termos do que dispõe o item 21.04, do Edital.**

A permanecer como integrante do Edital, deve ser submetido às mesmas correções apontadas com relação a ele.

### 15. Anexo II – Briefing

**15.1.** Os problemas de comunicação publicitária existentes no Município de Mercedes não se encontram claramente apontados, e tanto não se encontram, que o briefing não fixa o público-alvo ao qual a mensagem publicitária deve ser dirigida, o que é de fundamental importância.

Em “Objeto da Demanda”, é orientado:

“Elaborar projeto e implantar plano de comunicação (...), buscando solucionar conflitos e problemáticas de comunicação relativos aos itens mencionados no presente Briefing.”

Em quais itens?

Há menção a: fomento à cultura de produção agrícola; exploração da veia turística entre a população jovem; obter valorização financeira dos produtos; destacar as características do Município a nível nacional etc etc.

Apenas menções genéricas.

Em “Problema Específico da Comunicação” é afirmado que a meta do Município é divulgar sua forte produção agrícola, com destaque para soja, milho, trigo, além da criação de aves e suínos.

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**



Mas não é indicado nenhum problema constatado com a comunicação da produção agrícola. Logo, não há **PROBLEMA ESPECÍFICO DA COMUNICAÇÃO**.

O Briefing está elaborado de modo inadequado, e deve ser refeito a bem da qualidade do Plano de Comunicação Publicitária a ser apresentado na Proposta Técnica.

O Briefing deve conter, no mínimo:

- a. informações precisas, claras e objetivas prevendo a finalidade da licitação para que as licitantes elaborem suas propostas sobre um e mesmo tema;
- b. públicos de interesse: investidores ou compradores dos produtos agrícolas produzidos se estes forem o tema a ser explorado;
- c. pontos fortes e fracos (mercadológicos) em relação aos principais concorrentes que sejam relevantes para a comunicação publicitária;
- d. outras informações interessantes sobre os produtos agrícolas produzidos, se eles forem o tema (o desafio de comunicação);
- e. públicos-alvo (externos e internos que devem ser atingidos pela campanha: idade, sexo, classe social, ocupação, localização); Área de divulgação: os locais, ao redor do Município, em que o público-alvo também possa ser atingido;
- f. o melhor período para divulgar a campanha (sazonalidade do produto de acordo com o objetivo perseguido pela campanha);
- g. fontes importantes de informação sobre os produtos, como estudos, portais na internet etc.;
- h. recursos de comunicação de propriedade do Município: publicações internas, site na internet, Ouvidoria etc...;
- i. esforços publicitários recentes realizados pelo Município, por intermédio de ações e relativos ao mesmo tema;
- j. conceitos e/ou slogans utilizados em tais esforços publicitários junto aos públicos-alvo;

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

- k. informações sobre os resultados alcançados pelos esforços publicitários anteriores, para a imagem do Município ou dos produtos em questão (aumento das áreas plantadas ou aumento de vendas dos produtos etc.);
- l. endereço eletrônico que possa ser acessado pelas licitantes e elas possam conhecer peças publicitárias de campanhas anteriormente realizadas pelo Município; valores pagos nos
- m. últimos 12 meses do último contrato, para veiculação a partir do conceito de "transmídia", pois é possível que o montante máximo de R\$ 40 mil não permita a manutenção da campanha em mídia, por 2 meses.

**Obs.:** os itens abordados são meramente exemplificativos. Eles podem abordar todos os demais temas (aves, suínos, turismo, etc..), dependendo do interesse real do Município.

## 16. Anexo VII – PROPOSTA DE PREÇOS

**16.1.** Política de preços para prestação de serviços de publicidade para o Município de Mercedes-PR:

- a. Percentual de Desconto: está correto;
- b. **Percentual de Desconto: está equivocado e precisa ser corrigido para "Percentual de Honorários"** como exposto no item 10.4 e no item 10.5, quesito "B", ambos do Edital.

**16.2.** Em "**Prazo de validade da proposta**", ao invés de "90 dias", **deve ser "... não superior a 60 (sessenta) dias..."**.

## 17. Anexo IX – Minuta de Contrato

**17.1.** Todas as considerações feitas em relação ao Edital, devem ser observadas, no que aplicável, na Minuta de Contrato, e mais:

- a. **Cláusula 2ª – Valor, Condições de Pagamento:** a redação não está adequada. Recomendamos adotar a redação a seguir:

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

**“Cláusula Segunda – Valor, Remuneração, Condições de Pagamento.**

2.1. O valor estimado para execução deste Contrato, decorrente da Concorrência nº 2/2023, é de R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais).

2.1.1. A remuneração da Contratada corresponderá:

- a. Honorários de \_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento), incidentes sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e execução técnica de peça ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação; e
- b. Desconto de \_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento) sobre os custos internos previstos na “Tabela Referencial de Custos Internos” emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR, relativos a peças e materiais cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos.

2.1.2. Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, em face da peculiaridade da remuneração constituir-se em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pelo órgão gerenciador do contrato, nem compensação financeira, salvo o da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná-SINAPRO/PR.”

- b. **Cláusula Segunda, item 2.7:** na 2ª linha, **após** “... informar no ato...”. **acrescentar** “... de apresentação...”;
- c. **Cláusula Terceira, item 3.1:** na 2ª linha, **após** “... prorrogação nos termos...”, **incluir** “... do art. 57, inc. II...”;
- d. **Cláusula Oitava, item 8.2:** na 1ª linha, **citar, primeiramente, a Lei nº 12.232/10 porque ela é a Lei de Regência e, depois as Leis nº 4.680/65 e nº 8.666/93 que são de aplicação complementar;**
- e. **Cláusula Nona, item 9.1: deve ser eliminado,** pois não se aplica ao objeto da Concorrência nº 2/2023, caracteristicamente de natureza intelectual;

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

- f. **Cláusula Nona, item 9.4:** na 1ª linha, **ao invés de** "... às suas expensas...", **deve ser** "... sem ônus para o Município...".

**A mesma correção deve ser procedida no item 9.34 e na 2ª linha do item 9.56, da mesma Cláusula.**

- g. **Cláusula Nona, item 9.24:** na 1ª linha, **ao invés de** "relatório diário", **deve ser** "relatório semanal", porque a verba estimada para execução do Contrato, é muito pequena e não comporta tal exigência;
- h. **Cláusula Nona, item 9.43:** na 2ª linha, **após** "... objeto deste contrato...", **incluir** "... relativos aos serviços por ela prestados...". A Contratada não tem tal responsabilidade em relação aos serviços prestados por fornecedores e veículos, pois eles são contratados por ordem e conta do Município (art. 3º da Lei nº 4.680/65)
- i. **Cláusula Nona, item 9.44:** ao final da 2ª linha, **acrescentar** "... por ela prestados". O mesmo esclarecimento acima se aplica ao item 9.44;
- j. **Cláusula Nona, item 9.45: deve ser eliminado,** porque não se aplica a contratos relativos a serviços intelectuais, que não envolvem mão de obra;
- k. **Cláusula Nona, item 9.60: acrescentar** ao final do texto "... ressalvados os direitos de terceiros".

A Contratada só poderá ceder direitos de sua titularidade, e ela não tem direito algum sobre "peças e materiais de publicidade produzidos" por fornecedores de serviços especializados. Os direitos são deles;

- l. **Cláusula Décima-Primeira, item 11.5:** na 1ª linha, **ao invés de** "Lei 8.666/93", **deve ser** "Lei 12.232/10". A Lei nº 8.666/93, em se tratando de contratação de serviços publicitários prestados por Agência de Propaganda, só pode ser aplicada complementarmente.

**m. Cláusula Décima-Primeira: incluir** o item relativo à obrigatoriedade de abertura de site, com o teor abaixo:

"11.7. As informações sobre a execução deste Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio do Contratante na Internet.

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**




11.7.1. As informações sobre os valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação, de conformidade com o determinado pelo art. 16 da Lei nº 12.232/10.”

No mais, nada a considerar.”

Permanecemos à disposição e ao aguardo da resposta sobre a decisão administrativa.

Atenciosamente,

Assinado  
 Helcio José Gelbecke  
D4Sign

Helcio José Gelbecke  
Diretor-Presidente

Seguem anexos:

- Link de acesso ao Estatuto Social do Sinapro/PR.
- Ata “Termo de Posse”.

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

Site: [www.sinapropr.org.br](http://www.sinapropr.org.br)

E-mail: [sinapro@sinapropr.org.br](mailto:sinapro@sinapropr.org.br)

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

## Impugnação PM Mercedes Edital Concorrência nº 2 2023 pdf

Código do documento ddb3e915-6eca-4e1e-9afb-f6670d842553



### Assinaturas



Helcio Jose Gelbecke  
atendimentofontepublicidade@gmail.com  
Assinou

*Helcio Jose Gelbecke*

### Eventos do documento

#### 13 Jul 2023, 17:31:22

Documento ddb3e915-6eca-4e1e-9afb-f6670d842553 **criado** por NELI DE FATIMA LAPICHINSKY (b034fdc0-05bf-4c0f-9dde-eb1757803f98). Email:sinapro@sinapropr.org.br. - DATE\_ATOM: 2023-07-13T17:31:22-03:00

#### 13 Jul 2023, 17:36:24

Assinaturas **iniciadas** por NELI DE FATIMA LAPICHINSKY (b034fdc0-05bf-4c0f-9dde-eb1757803f98). Email: sinapro@sinapropr.org.br. - DATE\_ATOM: 2023-07-13T17:36:24-03:00

#### 19 Jul 2023, 11:31:26

HELICIO JOSE GELBECKE **Assinou** - Email: atendimentofontepublicidade@gmail.com - IP: 131.255.237.238 (238.237.255.131.static.horizonstelecom.com.br porta: 57232) - **Geolocalização: -25.4004868 -49.2576136** - Documento de identificação informado: 457.047.839-53 - DATE\_ATOM: 2023-07-19T11:31:26-03:00

#### Hash do documento original

(SHA256):95fbd55d99b389640f5215f398de2f7dbff0947022d4484b737c66025985ba31  
(SHA512):1dd9bb285ff237c64df65b1b9b75b8054f735f6918da85fc0ff1b8e5926748b81969fb96e1c323f8568977f4c6e6de9e31853ea30106f592c4c79bd02e1c4ed0

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

**Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign**