



Diário Oficial do **MUNICÍPIO**

Prefeitura Municipal de Ribeira do Pombal

1

Quarta-feira • 30 de Junho de 2021 • Ano • Nº 605

Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

Prefeitura Municipal de Ribeira do Pombal publica:

- Instrumento Convocatório da Concorrência n.º 001/2021 Ref.: Edital Concorrência Pública 001/2021 para contratação de 01 (uma) agência de Propaganda

Esse município tem Imprensa Oficial.

A Lei exige que todo gestor publique seus atos no seu veículo oficial para que a população tenha acesso e sua gestão seja transparente e clara.

A Imprensa Oficial criada através de Lei, cumpre esse papel.

Imprensa Oficial do Município.

Gestão Transparente e consciência limpa.



Licitações



Salvador, 20 de Abril de 2021.

À

Prefeitura Municipal de Ribeira do Pombal
Praça Domingos Ferreira de Brito, S/N - Centro
Ribeira do Pombal – Bahia CEP: 48.400-000
Att.: **Sr. Elildo Santana Santos**
Presidente da CPL

Ref.: **Edital Concorrência Pública 001/2021 para contratação de 01 (uma) agência de Propaganda**

Prezado Senhor,

O Sinapro-Bahia, Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, é a entidade juridicamente constituída para representar a categoria econômica de agências de propaganda, em todo território estadual.

Dentre suas inúmeras atribuições institucionais está o acompanhamento e análise de todos os editais de processos licitatórios para contratação de agências de propaganda, tendo em vista que esses certames precisam estar em consonância com a legislação específica em vigor, a Lei 12.232/10. É nossa função assegurar que esses processos estejam seguindo a legislação, o que beneficia tanto o órgão licitante, como as agências de propaganda.

Analizamos o **Instrumento Convocatório da Concorrência n.º 001/2021**, aberta pela Prefeitura Municipal de Ribeira do Pombal, objetivando a contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços publicitários para os órgãos e entidades da Administração Direta do Poder Executivo do supra citado Município.

Temos a esclarecer:

1. Regência Legal

O texto correto corresponde a:

“Lei Federal n.º 12.232/2010, com aplicação complementar das Leis n.ºs 8.666/1993 e 4.680/1965, bem como seu Regulamento aprovado pelo Decreto n.º 57.690/1966, alterado pelo Decreto n.º 4.563/2002 e demais normas legais que regem a atividade econômica publicitária; as “Normas-Padrão da Atividade Publicitária” tuteladas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, a que se refere o art. 4º da Lei de Regência”.

Obs.: Os demais diplomas citados são de ordem profissional e não se aplicam às Agências de Propaganda enquanto atividade econômica, como previsto no Edital em causa.

2. Recebimento e Abertura dos Envelopes

www.sinaprobahia.com.br
RUA SENADOR THEOTÔNIO VILELA, 110, ED. CIDADELA CENTER II, SL. 407 - BROTAS - SALVADOR - BA
CEP - 40279-900 - TEL: (71) 3354.4138



“Documentação” e “Propostas Técnica e de Preços”: os envelopes contendo os documentos de habilitação não serão entregues juntamente com os envelopes contendo as Propostas Técnica e de Preços, no dia 26/05/21.

Eles somente serão entregues após o julgamento final, mediante convocação da Comissão de Licitação, e apenas pelas Agências licitantes classificadas no referido julgamento, dentro do que é determinado pelos subitens 9.4.12 a 9.4.15 (art. 11, inc. xi, Lei n.º 12.232).

Em consequência, a entrega da “DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO” deve ser eliminada do texto do Preâmbulo, por inteiro, para evitar confrontos no texto do Edital.

- Na alínea “b”, o texto deve ser alterado para:

“b) No local indicado, serão realizados os procedimentos pertinentes a esta Concorrência Pública, com respeito a:

I – recebimento dos envelopes “A”, “B”, “C” e “D”, contendo as Propostas Técnica e de Preços;

II – abertura dos envelopes “A” e “C”;

III – encaminhamento dos envelopes “A” e “C” à Subcomissão Técnica.”

- Na alínea “c”, o inc. I deve ser deslocado para o último lugar, renumerando-se os demais.

- Na alínea “d”, terceira linha, deve ser eliminado o trecho “...dos envelopes de habilitação...”, ficando a frase final assim redigida: “até o segundo dia útil que anteceder a abertura desta Concorrência Pública”.

Obs.: Os equívocos supra apontados resultaram do fato de considerar a Lei n.º 8.666/93, como Lei de Regência, esquecendo que, desde 2010, a Lei n.º 12.232 rege as licitações e contratações de serviços publicitários.

3. Descrição do Objeto

a) A descrição contida no item 1.1 está completa e nada há a corrigir;

b) Os serviços publicitários a que se refere o item 1.2 estão muito confusos e precisam ser revistos, como abaixo indicado:

I – alínea “a” deve ser eliminada. Está abrangida no item 1.1;

II – alínea “d” deve ser eliminada. Agência de Propaganda não pode prestar tais serviços à Administração Pública (art. 2º, §2º da Lei n.º 12.232);

III – alínea “e” deve ser eliminada, pelos mesmos motivos acima citados;



IV – alínea “f” deve ser eliminada. Está em parte abrangida no item 1.1 e em parte contempla serviços que a Agência Contratada, legalmente, não pode prestar à Administração Pública (produção, veiculação e publicidade legal);

V – alínea “h” deve ser eliminada, pois não são prestados por Agências de Propaganda: são serviços especializados prestados por Fornecedores;

VI – alínea “j” deve ser eliminada, pois está abrangida no item 1.1.

- A redação correta do item 1.2 corresponde a:

“1.2 Também poderão ser incluídos nas contratações de serviços publicitários citados no item 1.1, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) planejamento e 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;

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 à expansão dos efeitos das mensagens e ações publicitárias”.

(Obs.: A soma dos serviços indicados no item 1.1 (prestados pela Agência contratada) e no item 1.2 (contratados pela Contratada, por ordem e conta da Prefeitura), corresponde ao total de serviços publicitários que poderão ser executados dentro do Contrato);

d) No item 1.3 é necessário acrescentar, ao final do texto, após “*promoções*”, o que segue: “*assessoria e imprensa, comunicação, relações públicas, quaisquer outras atividades não abrangidas nos itens 1.1 e 1.2 supra, bem como as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza*”.

Ainda no item 1.3, o texto da alínea “a” deve ser eliminado: “*Publicidade Legal não é considerada serviço publicitário*”.

4. Credenciamento

Item 4.5, terceira linha: em vez de “*Anexo II*”, deve ser “*Anexo III*”.

5. Forma e apresentação dos envelopes

No subitem 5.1.1, deve ser eliminada a indicação “*PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (via não identificada)*”.



O Envelope Padrão não deve apresentar nenhuma indicação, como previsto no item 5.2, do próprio Edital.

Se for indispensável tal indicação no Envelope A, a CPL deverá mandar imprimi-la no Envelope Padrão, antes de distribuí-lo às licitantes.

Os Envelopes Padrão devem ser rigorosamente iguais.

6. Proposta Técnica

No item 6.2, após “*com páginas numeradas sequencialmente*”, é preciso incluir “*em fonte arial*”, cor “*automático*”, tamanho “*12 pontos*”, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, colocada no centro do rodapé da página.

(Obs.: Se todo este detalhamento não for exigido, é possível identificar o Envelope A)

7. Qualificação Técnica

No item 8.1.3, alínea “c” e “d”, em vez de “*Anexo VII*”, deve ser “*Anexo VIII*”.

A alínea “f” deve ser eliminada, porque o documento nela solicitado já o foi na alínea “a” do mesmo item.

8. Qualificação Econômico-Financeira

a) Subitem 8.1.4.2: o art. 31, §5º da Lei n.º 8.666/93, consolidada, veda “*a exigência de índices e valores não usualmente adotados para a correta avaliação da situação financeira*”.

O “*Índice de Endividamento*” não é aplicado ao segmento econômico publicitário. Usualmente, é aplicado o índice de Solvência Geral, obtido pela aplicação da seguinte fórmula:

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

Obs.: Igual ou maior que 1,0 (hum inteiro).

Necessário alterar o índice indicado para não distorcer o resultado;

b) Subitem 8.1.5, alínea “a”: em vez de “*Anexo VII*”, deve ser “*Anexo VIII*”.

9. Procedimento licitatório

a) No item 9.4, é necessário incluir um subitem do seguinte teor:

www.sinaprobahia.com.br
RUA SENADOR THEOTÔNIO VILELA, 110, ED. CIDADELA CENTER II, SL. 407 - BROTAS - SALVADOR - BA
CEP - 40279-900 - TEL: (71) 3354.4138



“Os Envelopes “B” e “D” serão rubricados no fecho, sem abri-los, pela CPL, e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da mesma, separadamente dos Envelopes “A” e “C””;

b) No subitem 9.4.2, eliminar *“...das Propostas Técnicas...”*, e incluir *“dos Envelopes “A” e “C””*.

Não cabe a expressão *“Propostas Técnicas”*, porque o Envelope “B” não pode ser encaminhado à Subcomissão Técnica.

10. Julgamento das Propostas Técnicas

No item 10.2, não será preciso constar da relação, 09 (nove) nomes, porque o valor estimado do Contrato, é inferior a 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea “a” do inc. II, do art. 23, da Lei n.º 8.666/93, atualizado pelo Decreto n.º 9.412/2018 (R\$176mil). São suficientes 06 (seis) nomes, nos termos do art. 10, §3º da Lei n.º 12.232/2010.

11. Julgamento das Propostas de Preços

No item 11.2, devem ser eliminadas as alíneas “d”, “e” e “f” em razão de:

a) Agência de Propaganda não pode prestar à Administração Pública, *“serviços de elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de comunicação visual.”*

Tais serviços devem ser objeto de licitação própria;

b) As alíneas “e” e “f” contemplam um percentual de 20%, calculado sobre o valor original, que será pago a atores e modelos, bem como a autores de obras consagradas, na hipótese de reutilização de peças por período igual ao inicial, pela CONTRATANTE.

Não se trata de honorários devidos à Agência Contratada, e sim, de um percentual máximo que a Prefeitura pagará a artistas e modelos, e a autores de obras consagradas, cujas imagens constam de peças publicitárias, caso sejam reutilizadas.

Trata-se de valores que serão, eventualmente, devidos a terceiros.

Não se referem a honorários de Agência, como consta por equívoco, das alíneas “e” e “f”.

Logo, não podem integrar a Proposta de Preços da licitante; não podem ser valorados, como consta no item 11.4, três últimos quadros da Tabela.

É necessário corrigir o equívoco.

12. Julgamento final das Propostas



O julgamento constante do item 12.2 e 12.5 do Edital não se ateu ao disposto no item 2.3 e subitens do “Anexo IV – Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica”, absolutamente adequado ao disposto no art. 46, §2º da Lei n.º 8.666/93.

Por este motivo, os itens 12.3 a 2.10 devem ser eliminados do Edital.

Nem a Lei n.º 12.232/2010 e nem a Lei n.º 8.666/1993 preveem semelhante critério.

Ademais, nunca tão inadequado critério foi utilizado no julgamento de Propostas Técnicas, em licitação de serviços publicitários, em território brasileiro.

13. Anexo I – Termo de Referência

Todas as considerações anteriores podem ser aplicadas ao Anexo I.

14. Anexo IV – Critérios de Elaboração e Julgamento da Proposta Técnica

Aplicam-se a este Anexo comentários feitos anteriormente e mais os que seguem:

a) Item 1.1.1.4.5: deve ser eliminado. O valor estimado não atinge o patamar a partir do qual é possível receber o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos. Só investimentos acima de R\$2.500 mil fazem jus a ele;

b) Subitem 1.1.2, alínea “b”: há um desencontro entre o disposto neste item e o constante do subitem 5.1.3 do anexo I – Termo de Referência. O primeiro exige um mínimo de 05 (cinco) profissionais qualificados para execução do Contrato, e o segundo, um mínimo de 07 (sete) profissionais exclusivos.

O que prevalece?

De ter presente que a Concorrência Pública n.º 001/2021 não tem porte que exija a prestação dos serviços para execução do Contrato, através de profissionais exclusivos. Tal exigência tem razão de ser em se tratando de licitação com verba estimada superior a R\$50 milhões.

Portanto, além de ajustar o número dos profissionais que deverão ser colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Ribeira do Pombal, é necessário eliminar a palavra “*exclusivos*”.

15. Anexo IV – Planilha de Preços Sujeitos a Valoração

Como já anteriormente esclarecido, somente podem ser valorados, os percentuais relativos às alíneas “a” e “b”.

Os demais não podem ser considerados, porque não dizem respeito à remuneração de Agência.

16. Anexo IX – Minuta de Contrato

www.sinprobahia.com.br
RUA SENADOR THEOTÔNIO VILELA, 110, ED. CIDADELA CENTER II, SL. 407 - BROTAS - SALVADOR - BA
CEP - 40279-900 - TEL: (71) 3354.4138



Todas as considerações feitas anteriormente aplicam-se ao Anexo IX, e mais os seguintes:

a) Cláusula 6ª: refere-se ao desconto de agência, concedido pelos veículos de divulgação, conforme previsto no art. 11 da Lei n.º 4.680/1965.

O desconto de agência equivalente a 20% do valor da veiculação autorizada é concedido pelos veículos a todas as Agências que a eles encaminham anúncios/materiais, indistintamente, por força de Lei.

Não deve ser confundido com o “repasso”, que somente pode ser conferido aos Anunciantes com investimentos em mídia superiores a R\$2.500 mil, dentro dos patamares convencionados entre os veículos e o CENP.

O percentual de repasse a ser conferido deve se ater ao disposto no “ANEXO B”, das Normas-Padrão.

O percentual de repasse não é negociado como previsto na Cláusula 6ª, §1º, razão pela qual o §1º citado deve ser eliminado;

b) Cláusula 6ª, caput: na última linha, em vez de “Decreto n.º 2.262/97”, deve ser “Decreto n.º 4.563/2002”;

c) Cláusula 6ª, §2º, incs. I e II: em ambos na primeira linha, após “...documentos de cobrança”, é necessário acrescentar “...emitidos em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRA DO POMBAL”.

Se os documentos de cobrança não forem emitidos em nome da Prefeitura, ela não terá como atender à exigência contida no art. 16 da Lei n.º 12.232;

d) Cláusula 7ª, inc. IX: na primeira linha, em vez de “subcontratação”, deve ser “contratação”.

A Agência efetua contratação de fornecedores e veículos, por conta e ordem do Cliente que, no caso, é a Prefeitura, com fundamento no art. 3º da Lei n.º 4.680/65;

e) Necessário incluir na Minuta de Contrato, uma Cláusula do seguinte teor:

“As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgados no site próprio da CONTRATANTE, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único – As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação”.

No mais, nada a considerar.



Se quiserem, podem utilizar uma das minutas editadas pela FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda, entidade macro da nossa atividade, à qual o Sinapro-Bahia é filiado. Essa minuta pode ser fornecida pelo Sinapro-Bahia. Caso não queiram se utilizar dessa opção, recomendamos acessar o link http://fenapro.org.br/index.php?option=com_content&id=169 e verificar como deve ser elaborado um edital para licitação e contratação de serviços publicitários, respeitada a legislação federal aplicável à espécie.

Certos de contarmos com seu apoio e colaboração no que tange a nossa solicitação, agradecemos antecipadamente a atenção dispensada, ao passo em que nos colocamos ao inteiro dispor para mais esclarecimentos que se façam necessários.

Cordialmente,

Vera Maria Rocha Dauster
Presidente do Sinapro-Bahia