



OFÍCIO 023.2024/DNA

**AO PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO RESPONSÁVEL PELA
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2024/PPP/ALE/RO**

DNA DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 10.259.021/0001-80, com sede e foro na Rua Jaraguá, 686, Quadra 112-A, Lote 10/13, andar 2, Sala 12, Set Campinas, CEP: 74.515-040, Goiânia-GO, representada por seu Diretor Sr. João Marcos Resende Marques, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no art. 164, § 1º, da Lei nº 14.133/21, manifestar



IMPUGNAÇÃO

ao edital de licitação CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2024/PPP/ALE/RO, pelos fatos e fundamentos que passa a expor a seguir.

1. DO CABIMENTO

O art. 164, da Lei nº 1.133/2021, prevê que

Art. 164. *Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, **devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.***

Parágrafo único. *A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento **será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.***

Da simples leitura da norma acima citada, verifica-se que a licitante está autorizada legalmente a impugnar o edital de licitação.

De outro modo, considerando que a presente impugnação foi protocolada dentro do prazo legal, não há dúvidas quanto à sua tempestividade.

1. INTRODUÇÃO

Este pedido de impugnação é apresentado devido a inconsistências significativas observadas no Edital de licitação **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2024/PPP/ALE/RO**, o qual rege o critério de julgamento baseado na "melhor técnica" para a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**. Tais inconsistências comprometem a transparência e a equidade do certame, impactando negativamente todos os participantes potenciais.



3. DO MÉRITO

3.1 IRREGULARIDADES NO OBJETO DO EDITAL

O objeto do Edital de Licitação CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2024/PPP/ALE/RO especifica que a agência de propaganda deve ter a **publicidade como escopo exclusivo em seu contrato social**. Essa exigência, apesar de aparentemente visar à especialização dos serviços a serem contratados, na verdade impõe restrições desproporcionais que afetam negativamente a ampla participação no certame, em desacordo com princípios fundamentais da licitação pública.

Violação ao Princípio da Isonomia: O princípio da isonomia, conforme estabelecido no art. 5º da Lei nº 14.133/2021, assegura que todos os licitantes devem ter igualdade de condições no processo licitatório, **sem que haja preferência ou distinção por critérios não essenciais ao objeto da contratação**. A restrição imposta pelo edital não apenas reduz o universo de possíveis participantes, mas também pode excluir agências competentes que operam sob modelos de negócios diversificados **permitidos pelo Conselho de Normas-Padrão – CENP**.

Limitar a participação apenas a empresas com escopo exclusivo em publicidade não garante que a Administração Pública se beneficiará das propostas mais vantajosas. Tal exigência pode excluir pequenas e médias agências que, embora capazes de fornecer serviços de alta qualidade e inovadores, possuem estruturas empresariais que abrangem múltiplos serviços além da publicidade. Este aspecto é contrário ao art. 3º da Lei nº 14.133/2021, que preconiza a promoção do desenvolvimento nacional sustentável através da licitação.

A Lei nº 14.133/2021, em seu art. 5º, orienta que o processo licitatório deve sempre visar a seleção da proposta mais vantajosa para a administração. A exigência de exclusividade no objeto social pode impedir que propostas inovadoras e custo-eficientes, provenientes de agências com atuação mais ampla no mercado de comunicação e marketing, sejam consideradas, diminuindo assim a eficácia e os benefícios que a Administração poderia obter.

Exige-se a remoção da cláusula do objeto para permitir a participação de agências que, embora incluam a publicidade entre suas atividades, não se restrinjam exclusivamente a ela em seu contrato social. Esta modificação é crucial para expandir a base de licitantes potenciais, intensificar a competitividade e assegurar uma seleção mais abrangente de propostas qualificadas, o que resultaria em uma vantagem competitiva aprimorada e inovação para a Administração Pública. Diante disso, o certame deverá ser suspenso imediatamente.

3.2 DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Irregularidades nas Cláusulas de Remuneração e Descontos

O Edital estipula percentuais fixos de remuneração e descontos nas propostas de preços, conforme detalhado nos subitens 6.5.3.1 a 6.5.3.4. Estas cláusulas impõem limitações que comprometem gravemente a competitividade e a isonomia no processo licitatório, em desacordo com os seguintes aspectos legais e principais:

Violação da Liberdade de Proposta: A fixação de honorários e descontos deveria ser baseada em critérios objetivos e justificados, **dentro de limites estabelecidos no Edital**, permitindo que as licitantes proponham suas estruturas de custos e remuneração de modo a refletir a realidade dos seus serviços e competências. Tal exigência contraria o art. 3º e art. 40 da Lei nº 14.133/2021, e também a Lei nº 12.232/2010, que regula as licitações de serviços de publicidade e promove que as agências sejam remuneradas, também por meio de comissões sobre o custo dos serviços externos adquiridos para a campanha.

Ao determinar percentuais fixos e uniformes para todos os licitantes, o edital restringe a possibilidade de as agências oferecerem condições diferenciadas, que poderiam ser mais vantajosas tanto para elas quanto para a administração pública. Essa prática limita indevidamente a competição, potencialmente reduzindo a qualidade e o custo-benefício das propostas recebidas.

A exigência de adotar percentuais pré-determinados pela ALE/RO, **sem justificativa clara ou critério objetivo**, é vista como uma prática que restringe a livre concorrência e a igualdade de condições entre os participantes. Isso é contrário ao art. 10 da Lei nº 14.133/2021, além de violar princípios fundamentais da Lei nº 12.232/2010.

A imposição de percentuais fixos de remuneração e descontos nas propostas de preços, conforme detalhado no Edital, fere diretamente princípios fundamentais do direito de licitação, como isonomia, liberdade de formulação de propostas e competitividade. Tais itens, ao limitar a capacidade dos licitantes de propor estruturas de custos que reflitam a realidade de seus serviços, contrariam não apenas a Lei nº 14.133/2021, mas também as diretrizes da Lei nº 12.232/2010, que regula as licitações de serviços de publicidade. **Essa situação justifica a suspensão imediata do certame para a realização de correções necessárias**, garantindo assim a conformidade legal e a igualdade de oportunidades para todos os participantes.



3.3 DOS PAGAMENTOS E REPASSES EM VEICULAÇÃO

Contextualização dos Repasses e Descontos-Padrão

O edital estabelece que a CONTRATADA deve repassar à CONTRATANTE um desconto de 3% do Desconto-Padrão de agência, conforme previsto na Lei nº 4.680/65 e no Decreto nº 57.690/66, com um teto de R\$ 25.000.000,00 em investimentos de veiculação.

Esta exigência do edital é problemática e contrária às disposições da Lei nº 12.232/2010, que regula as licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda. A Lei nº 12.232/2010 estabelece claramente que os valores correspondentes aos descontos-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade. Isso significa que os descontos obtidos são, por definição legal, parte da remuneração da agência e não devem ser automaticamente considerados como créditos passíveis de repasse aos clientes.

O repasse obrigatório de parte do desconto-padrão transforma indevidamente uma receita que deveria pertencer exclusivamente à agência em um benefício para o cliente, distorcendo a natureza do que foi estipulado pela lei. Isso cria um precedente problemático onde as agências são forçadas a ceder uma parte significativa de sua justa remuneração, **comprometendo sua sustentabilidade financeira e operacional.**

Ao impor que agências repassem parte do desconto-padrão, o edital pode desencorajar a inovação e a qualidade nos serviços prestados. As agências podem se sentir pressionadas a cortar custos de maneiras que prejudicariam a qualidade do serviço final, a fim de compensar as perdas financeiras resultantes dos repasses obrigatórios.

A obrigação de repassar descontos afeta adversamente a competição justa no mercado, favorecendo clientes em detrimento das agências, o que é contrário ao espírito da legislação que visa proteger e promover uma relação equilibrada e equitativa entre as partes.

É imperativo que esta cláusula do edital seja revisada para eliminar a exigência de repasse dos descontos-padrão da agência. Ajustar essa exigência não apenas alinhará o edital com a Lei nº 12.232/2010, mas também assegurará que as agências de publicidade sejam remuneradas de forma justa e adequada por seus serviços, crucial para a manutenção de um mercado de publicidade competitivo e inovador. **Portanto, exige-se a suspensão imediata do certame até que esta correção essencial seja efetuada.**

3.4 FALTA DE TRANSPARÊNCIA NAS ETAPAS DO CERTAME

O edital falha em não apresentar detalhadamente as sessões referentes às etapas do processo de licitação. **Esta omissão compromete significativamente a transparência e a clareza do processo**, essenciais para garantir a igualdade de condições a todos os participantes, conforme estabelecido pela Lei nº 12.232/2010.

Violação do Artigo 6 da Lei nº 12.232/2010: O artigo 6 desta lei especifica que o edital deve apresentar todas as informações relevantes sobre o procedimento licitatório, incluindo suas etapas, para garantir a ampla defesa e o contraditório. A falta de descrição detalhada das etapas do certame impede que os licitantes preparem adequadamente suas propostas e planos de ação, resultando em uma potencial desvantagem competitiva.

A ausência de clareza desencoraja a participação de potenciais licitantes, especialmente aqueles menos familiarizados com processos de licitação, reduzindo assim a competitividade e possivelmente elevando os custos para a administração pública devido à menor quantidade de propostas.

O edital deve ser corrigido para incluir uma descrição completa das etapas do certame, especificando os critérios de julgamento, os prazos para cada fase, e os procedimentos para recurso, em conformidade com o Artigo 6 da Lei nº 12.232/2010.

Devido às falhas identificadas, **solicita-se a suspensão temporária do certame até que o edital seja ajustado para atender aos requisitos legais de transparência**, assegurando assim a retomada do processo sob condições equitativas e legítimas.

3.5 DA LICITAÇÃO DO TIPO MELHOR TÉCNICA

O edital estabelece que o critério de julgamento será baseado na "melhor técnica". Contudo, **não esclarece adequadamente como as propostas de preço serão integradas ao processo de julgamento**, nem como ocorrerá a negociação de preços após a escolha da proposta técnica vencedora.

O preâmbulo sugere uma licitação do tipo "melhor técnica"; porém, a falta de clareza quanto ao papel das propostas de preço induz ao entendimento de que se trata de uma licitação exclusivamente técnica. A Lei nº 14.133/2021 (Lei Geral de Licitações) determina que, mesmo nas licitações de melhor técnica, deve haver a apresentação de propostas de preço para possibilitar negociações subsequentes.



Não há instruções claras sobre a forma de avaliação das propostas de preço, o que é crucial para garantir a transparência e a equidade do processo de licitação. A ausência de diretrizes claras para a negociação de preços após a seleção técnica levanta preocupações sobre a integridade e a eficiência do processo licitatório.

É crucial revisar o edital para incluir informações detalhadas sobre como as propostas de preço serão avaliadas e integradas ao processo de julgamento. Deve-se estabelecer critérios claros e transparentes para a avaliação das propostas de preço em consonância com a seleção técnica. O edital deve especificar os procedimentos que serão seguidos para a negociação de preços após a fase de julgamento técnico, garantindo transparência e conformidade com as normativas legais.

Devido às significativas falhas e omissões, exige-se a suspensão temporária do certame até que o edital seja corrigido para incluir todas as etapas e procedimentos necessários de maneira clara e conforme a legislação vigente.

3.6 LIMITAÇÕES DE PEÇAS

A cláusula 5.2.2.3.2 no edital limita a utilização de apenas seis peças publicitárias pelos licitantes para compor seu plano de Comunicação publicitária. Considerando o elevado orçamento de 3 milhões de reais destinado a esta licitação, essa restrição compromete a abrangência e a diversidade das propostas, além de infringir princípios de competitividade, criatividade e inovação, tão essenciais para o sucesso de uma campanha publicitária eficaz.

Conforme a Lei nº 14.133/2021, os critérios de julgamento em licitações devem ser objetivos e claros, garantindo a isonomia e a seleção da proposta mais vantajosa para a administração. Limitar o número de exemplos a serem apresentados é uma medida de simplificação do processo de avaliação. Essa restrição não está alinhada com os princípios de competitividade e julgamento objetivo. Há um risco de que essa limitação prejudique a avaliação abrangente das capacidades de cada licitante, contrariando o princípio da obtenção da proposta mais vantajosa.

Em um campo tão dinâmico como o da publicidade, especialmente no contexto digital atual, a criatividade e a inovação são cruciais. **Restringir o número de peças limita a capacidade das agências de demonstrarem plenamente suas ideias e soluções inovadoras**. Essa limitação está efetivamente reduzindo a qualidade e a diversidade das propostas.



Dadas as possíveis limitações que essa restrição impõe à demonstração completa das capacidades das agências participantes e a necessidade de assegurar a seleção da proposta mais vantajosa e inovadora para a administração pública, **solicitamos a suspensão temporária do certame**. Esta pausa permitirá uma revisão criteriosa e necessária do item em questão, alinhando o edital com os princípios de isonomia, competitividade e obtenção da melhor técnica disponível, conforme estipulado pela Lei nº 14.133/2021.

Acreditamos que permitir uma gama mais ampla de exemplos de peças publicitárias enriquece significativamente o processo de seleção, permitindo uma avaliação mais detalhada e abrangente das propostas, o que é fundamental para o sucesso da campanha e o uso eficiente dos recursos públicos.

4. DA CONCLUSÃO

As falhas identificadas no edital não apenas comprometem a integridade do processo licitatório, mas também violam princípios legais essenciais destinados a assegurar um tratamento justo e equânime a todos os licitantes.

5. DOS PEDIDOS

Em face a tudo que se expôs requer o que segue:

- Revisão e correção imediatas do edital, para garantir a inclusão de informações detalhadas sobre, dentre outras, a integração das propostas de preço e as etapas de julgamento, conforme mandato da legislação vigente.
- Suspensão imediata do certame, até que as correções sejam efetuadas e um novo edital seja publicado, assegurando que todos os participantes tenham conhecimento pleno das regras e procedimentos aplicáveis.
- Garantia de transparência total no processo licitatório, com a revisão de todas as cláusulas para conformidade com as normas legais aplicáveis.



Aguardamos a adoção imediata das medidas requeridas e uma resposta dentro do prazo legal estabelecido. Caso contrário, reservamo-nos o direito de tomar as medidas administrativas ou judiciais necessárias para proteger nossos interesses.

Sendo assim, fica requerido o deferimento da presente impugnação.

Atenciosamente,

DNA DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA.

João Marcos Resende Marques

Diretor