



**RESPOSTA A PEDIDOS DE IMPUGNAÇÃO Nº 02**

**MODALIDADE:** CONCORRENCIA PRESENCIAL Nº 001/2024/PPP/ALE/RO  
**INTERESSADO:** ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE RONDÔNIA  
**PROCESSO:** 100.292.000020/2023-91

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, a pedido da Superintendência de Comunicação Social - SECOM, para atender às necessidades da Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia.

**IMPUGNANTE:**

- FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº. 48.701.155/0001-81, transmitida via e-mail no dia **22 de novembro de 2024, sexta-feira, às 09:01hs.** [juridico@fenapro.org.br](mailto:juridico@fenapro.org.br)
- DNA DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida 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, inscrita no CNPJ sob o nº. 10.259.021/0001-80, transmitida via e-mail no dia **22 de novembro de 2024, sexta-feira, às 16:44hs.** [financeiro@digitaldna.com.br](mailto:financeiro@digitaldna.com.br)
- MAUWÊ COMUNICAÇÃO LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida na Av. Ephigênio Salles, 1299 – Aleixo – CEP: 69.060-022 – Manaus-AM, inscrita no CNPJ sob o nº. 15.707.320/0001-53, transmitida via e-mail no dia **22 de novembro de 2024, sexta-feira, às 19:04hs.** [mauwe@mauwe.com.br](mailto:mauwe@mauwe.com.br)
- LOTUS REPRESENTANTE COMERCIAL LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida na Rua Marquesa de Santos, 324, Coroadó I, CEP: 69.080-000, Manaus-AM, inscrita no CNPJ sob o nº. 03.184.552/0001-95, transmitida via e-mail no dia **26 de novembro de 2024, terça-feira, às 11:55hs.** [lotuscomercial21@gmail.com](mailto:lotuscomercial21@gmail.com)
- ÁGGIL PUBLICIDADE LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida na Rua Alexandre Fleming, nº 374, Vila Bandeirantes, Campo Grande/MS, inscrita no CNPJ sob o nº. 73.497.158/0001-92, transmitida via e-mail no dia **26 de novembro de 2024, terça-feira, às 17:40hs.** [aggil.contabil@gmail.com](mailto:aggil.contabil@gmail.com)

**I. DAS PRELIMINARES RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO**

**1. FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO**, em síntese, alega que:

**1. DO OBJETO**

1.1. Erros de numeração: após o subitem 1.7.1, devem constar os subitens 1.7.2, 1.7.3 e 1.7.4, no entanto, no Edital, após o subitem 1.7.1, surge o subitem 1.7.5, omitindo-se os subitens que deveriam estar entre o 1.7.1, e o 1.7.5.

Após o subitem 1.9.7, foi incluído o item 1.12, sendo omitidos os itens e subitens existentes entre o subitem 1.9.7 e o item 1.12.

É necessário suprir tais omissões tomando o cuidado de verificar o conteúdo antes de fazer a inclusão.

1.2. Item 1.12: deve ser eliminado. Micro e Empresa de Pequeno Porte não reúnem condições legais para participar de uma licitação com verba estimada de R\$ 26.134.078,00, e contratação de apenas 01 (uma) Agência de Propaganda para execução do Contrato. O teto de faturamento anual das ME e das EPP é de, respectivamente, R\$ 360 mil e R\$ 4.800 mil.



## 2. DO VALOR ESTIMADO, VIGÊNCIA E CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Item 2.1: ao invés de "... o custo estimado da contratação...", deve ser "... o valor estimado para a execução do Contrato...". No valor estimado da execução do Contrato, estão abrangidos os serviços prestados pela CONTRATADA; os serviços de produção executados por FORNECEDORES de serviços especializados; os serviços de divulgação prestados por VEÍCULOS e demais MEIOS etc.

Portanto, R\$ 26.134.078,00 é o valor estimado para a execução do Contrato.

2.2. Os subitens 2.6.1.1 até 2.6.3 devem ser eliminados, pois são mera repetição dos subitens 1.7.1 até 1.8.1, todos do Edital.

2.3. O subitem 2.6.4 deve ser eliminado. Trata-se apenas de uma repetição do item 1.12.

O Edital contém o tópico "CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO" transcrito 02 (duas) vezes.

## 3. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

3.1. Subitem 3.1.1.1.3.5: antes do subitem em referência deveria haver os subitens 3.1.1.1.3.3 e 3.1.1.1.3.4. Tais numerações foram omitidas. É necessário corrigir a omissão.

3.2. Subitem 3.1.1.1.5: na 1ª linha, ao invés de "Comissão Permanente de Licitação", deve ser "Comissão Especial de Licitação", como consta do "PREÂMBULO".

3.3. Subitem 3.1.1.2.2: ao final da 3ª linha, após "... peças publicitárias", incluir "... da Ideia Criativa".

## 4. DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1. Subitem 5.2.2.4.5: atentar para a falta de sequência na numeração. Após 5.2.2.4.5, segue-se o subitem 5.2.3.1.3 e demais subitens. Entre o subitem 5.2.2.4.5 e o subitem 5.2.3.1.3, a numeração foi omitida.

Necessário recompor-la.

E mais: na Tabela que se segue ao subitem 5.2.2.4.5, na coluna "MEIO", é mencionada "MÍDIA", após "TV", "RÁDIO", "INTERNET", "OUT-OF-HOME". O que deve ser incluído como "MÍDIA"?

"TV", "RÁDIO", "INTERNET", "OUT-OF-HOME" são mídias!

Em "CUSTOS", coluna "MÍDIA", o que deve ser lançado como "CUSTOS" de "MÍDIA"?

4.2. Subitem 5.2.3.1.9: ao final da única linha, eliminar "... do lote", e substituir por "... prevista no subitem 5.2.2.4.5". Licitação de serviços de publicidade não pode ter nenhum tipo de licitação.

4.3. Subitem 5.3.2.1: na 1ª linha, após "... produzidos e veiculados...", incluir ".../exibidos". A mesma alteração deve ser incluída no subitem 5.3.2.1.1, 2ª linha, após "... ou período de veiculação...", incluir ".../exibidos..." também.

O REPERTÓRIO abrange peças/materiais de "mídia" e "não mídia", e estes últimos são exibidos, e não veiculados.

4.4. Subitem 5.5.9.5: na sequência deste subitem foi omitido o subitem 5.5.9.6.

Após o subitem 5.5.9.7, foram omitidos os subitens 5.5.9.8 e 5.5.9.9. Necessário rever os itens omitidos, acima apontados.

## 5. DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

5.1. Item 6.8: na 1ª linha, faz menção ao "subitem 6.5.1.4" e tal subitem não existe no Edital. Verificar o subitem correto, porque refere-se a honorários da Agência de Propaganda, podendo interferir na "Proposta de Preços".

ATENÇÃO: após o item 6.8, aparece o item 8.9 e está errado. O item 6.9 é o correto.

5.2. Item 6.12: na 1ª linha, após "... é concedido à CONTRATADA...", incluir "... pelo Veículo...".

5.3. Item 6.15: na última linha, após "... data de entrega das propostas...", incluir "relativas a seus empregados". A CONTRATADA responde pelos custos dos profissionais que trabalham para ela e com ela.

A CONTRATADA não responde pelos custos dos empregados/profissionais que trabalham nas empresas fornecedoras e nos veículos e meios de divulgação.

ATENÇÃO: há 02 (dois) itens 6.15. A partir do segundo, é necessário refazer a numeração.

5.4. Subitem 6.15.3: na 1ª linha, ao invés de "... durante a vigência...", deve ser "... após a vigência...". Ao final da 2ª linha, eliminar "... ou fornecedores". A CONTRATANTE somente poderá utilizar serviços que envolvam direitos de autor e conexos de terceiros, se pagar aos fornecedores, pela cessão dos mesmos como previsto no subitem 6.15.4.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

5.5. Subitem 6.15.10: na última linha, há remessa ao subitem 5.1.5 e o Edital não tem o citado subitem. Necessário revisar o texto, porque, ao que o texto indica, o subitem 5.1.5 refere-se a procedimentos que devem ser observados.

5.6. Subitem 6.15.11, inc. II: a CONTRATANTE poderá solicitar cópia do material bruto produzido, sem qualquer ônus. Isto é justo e correto.

Entretanto, se a cópia solicitada for em mídia compatível com seu uso e destinação, a imagem requerida deverá entrar em produção, envolvendo serviços que tem um custo, e o mesmo não pode ser imposto ao fornecedor. Nesta hipótese os custos envolvidos deverão ser reembolsados pela CONTRATANTE, e é preciso incluir, ao final da 3ª linha, do inc. II, do subitem 6.15.11, a seguinte frase: "... mediante reembolso dos custos envolvidos".

### 6. DA HABILITAÇÃO

6.1. Subitem 7.13.3: abaixo do subitem em referência, o subitem leva o número 7.13.5, ao invés de 7.13.4. Necessário corrigir.

6.2. Subitem 7.13.5: ao final da última linha, incluir "relativamente a seus empregados/profissionais".

6.3. Subitem 7.14.2: ao final da única linha, incluir "... ou Declaração de Não Contribuinte". A Agência de Propaganda, via de regra, não está sujeita a tributos estaduais.

6.4. Subitem 7.15.1: em se tratando de prestação de serviços de publicidade, não faz sentido e tem caráter restritivo, exigir atestado comprovando o investimento real de no mínimo R\$ 13 milhões, visto que:

a. a Agência de Propaganda não faz investimento algum: quem investe é a CONTRATANTE e mesmo assim, todo o pagamento é feito após a entrega do serviço;

b. a exigência de atestado comprovando investimento real de, no mínimo, R\$ 13 milhões, é restritiva e impede, sem razão maior a participação da licitação, de Agências estruturadas, com alto nível de criatividade e de técnica e que não celebraram, ainda, contratos com valor estimado de execução de R\$ 13 milhões.

É condição restritiva e, portanto, deve ser afastada.

O que pesa na constatação da qualidade dos serviços publicitários prestados por uma Agência de Propaganda é a apresentação do "CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DE FUNCIONAMENTO", emitido pelo CENP, e exigido pelo art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

As Agências que possuem o "CERTIFICADO" vivem sob auditoria rigorosa do CENP.

É necessário eliminar a comprovação de investimento real de, no mínimo, R\$ 13 milhões: é restritivo. Padece de fundamento legal.

E mais: a CONTRATANTE é que faz o investimento. A CONTRATADA apenas presta parte dos serviços contratados.

### 7. DA ABERTURA DOS ENVELOPES E PROCEDIMENTOS

7.1. Item 8.6, alínea "a": na única linha da alínea "a", após "... das licitantes presentes...", incluir "... classificadas na Proposta Técnica...", porque só as Propostas de Preços (Envelope nº 4) delas serão abertos, nos termos do art. 11, incisos IX e X, da Lei nº 12.232/2010.

7.2. Item 8.2: há 02 (dois) itens 8.2. O segundo que se encontra após o item 8.10, deve ser alterado para "item 8.11".

### 8. DAS SANÇÕES

8.1. Subitem 11.1.4: na 1ª linha, eliminar "... ou a ata de registro de preços...", porque é inaplicável a serviços de publicidade.

8.2. Subitem 11.3.1.1: há 02 (dois) subitens 11.3.1.1. É possível conjugar os textos pois referem-se a uma mesma matéria, eliminando apenas a numeração do segundo, evitando o refazimento de toda a numeração que se segue.

8.3. Subitens 11.3.2.1, 11.3.3.4 e 11.3.4.5: devem ser eliminados. Não são pertinentes à prestação de serviços de publicidade por intermédio de Agência de Propaganda, de natureza intelectual, eminentemente criativa e metodológica.

### 9. DA CONTRATAÇÃO



9.1. Item 12.1: na 2ª linha, após “... (cinco) dias úteis...”, incluir “... contados da data da notificação...”. Não basta fixar o prazo. É necessário estabelecer a data a partir da qual ele começa a ser contado.

## 10. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

10.1. Subitem 13.15: a numeração está errada. Deve ser “subitem 13.14”.

## 11. ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

11.1. Aplicam-se ao Termo de Referência, todas as considerações feitas, relativas ao Edital e mais:

- a. Subitem 7.9.1: deve ser eliminado. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada É CÓPIA do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada e, portanto, é igual a ele. Como é uma Via Identificada, possibilita a identificação da autoria do mesmo, como previsto no item 8.5, alíneas “b” e “c” do Edital;
- b. Item 10.1: a Proposta Técnica deve ser apresentada em 03 (três) Envelopes:

Envelope 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada;

Envelope 2 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada; e

Envelope 3 – Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

(art. 9º, caput, da Lei nº 12.232/10)

Necessário fazer a correção não só no Termo de Referência, mas também no Edital;

- c. Item 15.7: a CONTRATADA não responde pelos investimentos feitos ao longo da execução do contrato: eles são feitos pela CONTRATANTE.

Portanto, somente a licitante que não apresentar o ILC e o ILG superiores a 1,00, é que terá que comprovar Patrimônio Líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado para a execução do contrato. Exigir de TODAS as licitantes semelhante comprovação, é condição restritiva.

O item 15.7 deve ter sua redação refeita, mediante acréscimo, ao final da 2ª linha, da frase “caso não sejam atendidos os índices mencionados no item 15.8, nos percentuais estabelecidos”.

Em decorrência, o item 15.16 deve ser eliminado;

- d. Item 15.18: a “justificativa” não procede. A CONTRATADA é proibida legalmente, de antecipar pagamentos que são devidos pela Administração. A CONTRATANTE paga os Fornecedores e Veículos através da CONTRATADA, mediante transferência de recursos suficientes para tanto.

Neste sentido dispõe o item 1.3 do próprio Edital:

“1.3. A agência atuará por conta e ordem da Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens Publicitárias.”

Agência de Propaganda não financia as campanhas, as ações, os projetos publicitários da CONTRATANTE. Todos os custos deles decorrentes são cobertos pela CONTRATANTE. Se CONTRATANTE não remeter o numerário suficiente para pagá-los, as Notas Fiscais ficam em aberto.

Portanto, as Agências de Propaganda devem ter boa situação econômico-financeira, o que se concretiza na apresentação dos índices ILC e ILG acima de 1,00, como qualquer empresa saudável, porém não precisa ter “capital de giro” para pagar o faturamento de terceiros, contratados – (não subcontratados) – até que a Administração disponha de numerário para tanto, porque isso não ocorre;

- e. Item 18.9: remete ao subitem 7.15.7, e o Termo de Referência não tem o mencionado subitem;
- f. Item 19.7: na 1ª e 2ª linhas, ao invés de “... às suas expensas...”, deve ser “...sem ônus para a CONTRATANTE...”. A CONTRATADA toma todas as providências legais para que o responsável pelos defeitos, corrija tais vícios, sem ônus para a CONTRATANTE, porém a CONTRATADA não assume as despesas com tais correções.

O Fornecedor responsável por elas é que absorve os custos havidos com elas. O mesmo ocorre no item 19.17;

- g. Item 19.8: deve ser eliminado, pois não se aplica à presente licitação;
- h. Item 21.5: deve ser eliminado. É inaplicável a serviços de publicidade, bem como o item 21.18, que deve ser eliminado também;



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

- i. Item 22 – Critérios de Pagamento: deve ser eliminado e substituído pelo texto da Cláusula 9ª do Anexo II – Minuta do Contrato, que é o correto;
- j. Subitem 24.1.1: eliminar o trecho “... além de fornecer e utilizar os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade mínimas verificadas na proposta técnica e em cumprimento ao Edital”, porque não diz respeito ao objeto da licitação;
- k. Subitem 24.1.10: deve ser eliminado. Não se aplica;
- l. Subitens 24.1.19, 24.2.1 e 24.2.2: devem ser eliminados pois não se aplicam à prestação de serviços de publicidade;
- m. Subitens 25.6.3 e 25.6.4: eliminar porque são inaplicáveis;
- n. Item 26.17: na 2ª linha, ao invés de “... pela Administração do PJSC...”, deve ser “... pela Administração da ALERO...”;

### 12. ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

12.1. Aplicam-se ao Anexo II todas as considerações até aqui tecidas, pertinentes e mais:

- a. Subitem 5.1.5: ao término das disposições do subitem em referência, foi omitido o subitem 5.1.6. A numeração teve seguimento com o subitem 5.1.6.1, o que dá ao texto uma continuidade sem conexão.

E o pior: o subitem 5.1.6.5 remete ao subitem 5.1.6, e ele não existe na MINUTA DO CONTRATO;

- b. Subitem 5.1.9: na 3ª linha há menção ao item 11.5, porém o item 11.5 diz respeito a “SANÇÃO”, e não à comprovação da divulgação das peças/materiais publicitários divulgados.

É necessário citar o item correto, para não confundir o licitante.

O mesmo ocorre no subitem 5.1.10 no que se refere ao item 11.4, que versa sobre “MULTA”;

- c. Item 7.5: na 1ª linha, ao invés de “... por seus contratados...”, deve ser “... por terceiros contratados...”. A Agência atua em nome da CONTRATANTE, e todas as contratações que faz, o são por ORDEM E CONTA DA CONTRATANTE. Logo os contratados são da CONTRATANTE e é por isso que eles faturam seus serviços em nome da CONTRATANTE e com o CNPJ dela;
- d. Item 8.4: na 1ª linha, remete ao subitem 8.8.3 e a MINUTA DE CONTRATO não tem tal subitem;
- e. Item 8.6: na 3ª linha, é preciso eliminar o trecho “... impressa pela FENAPRO”. A FENAPRO é uma Entidade Sindical de grau superior, cuja base territorial é o território nacional, e não é viável e muito menos prático, para ela, imprimir a Tabela Referencial de Custos Internos, para que as Agências de Propaganda de Estados não dotados de Sindicatos das Agências de Propaganda, possam participar de licitações;
- f. Item 8.11: ao final da 4ª linha, acrescentar “... relativamente aos empregados e profissionais que nela trabalham”;
- g. Subitem 8.12.2: remete às definições contidas nos subitens 6.5.3.1 a 6.5.3.4, e eles não existem na Minuta de Contrato.

Necessário citar os subitens corretos, porque eles definem as modalidades de remuneração;

- h. Item 9.1, inc. II: ao final da 1ª linha, incluir “... emitida em nome e com o CNPJ da CONTRATANTE”;
- i. Item 9.2, inc. II, alínea “c”: o inc. III do item 9.5, citado na 6ª linha da alínea “c”, não existe na Minuta de Contrato e, ao que consta do texto, ele se refere ao “relatório de checagem”;
- j. Item 9.4: na 1ª linha, faz remessa à “alínea “d”, do inciso II, do item 9.2”, e a mencionada alínea “d” não existe no inciso II, do item 9.2, da Minuta de Contrato.

O mesmo engano pode ser encontrado na 1ª linha do subitem 9.2.2;

- k. Subitem 9.4.2: na 1ª linha, menciona os incisos I, II e III do subitem 9.4.1, e no subitem 9.4.1 não há o inciso II. Apenas os incisos I, III e IV.

Necessário rever o texto do subitem 9.4.2, e nele introduzir o inciso II.

### 13. ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. Aplicam-se ao Anexo, todas as considerações anteriormente aplicáveis, e mais:

- a. Item 14.3: na 1ª linha, ao invés de “... durante a vigência deste contrato...”, deve ser “... após a vigência deste contrato...”. Se a utilização se der “durante a vigência do contrato”, a CONTRATADA não receberá sua justa remuneração.

Na 2ª linha, eliminar “... ou fornecedores...” porque a hipótese enquadra-se no disposto no item 14.4 da Proposta de Preços – Anexo III; e



- b. Item 14.9: ao final da 2ª linha, incluir "... se prevista no orçamento conforme item 14.4, acima".

#### 14. ANEXO VIII – ALÍNEA “D” – DECLARAÇÃO DE INTEGRALIDADE DOS CUSTOS

14.1. Na última linha, após "... entrega das propostas, incluir "... relativamente aos empregados e profissionais que para ela trabalham".

É necessário fazer a ressalva, porque a CONTRATADA não é responsável pelos custos trabalhistas dos empregados/profissionais que trabalham para os fornecedores e veículos.

#### 15. ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 0292153/2024 – ALE/SECOM/PUBLICIDADE

15.1. Aplicam-se ao ETP todas as considerações cabíveis, anteriormente feitas, e mais:

- a. Subitem 8.3.7: o item em referência deve ser eliminado uma vez que a FENAPRO é uma entidade superior e tem sua base em São Paulo, e não em Rondônia como consta neste subitem.

A Tabela Referencial de Preços emitida pela FENAPRO, vigora apenas em Estados destituídos de sindicatos. Se Rondônia não tem Sindicato das Agências de Propaganda, não há como exigir a autenticação da "Tabela Referencial" pelo mesmo;

- b. Subitem 8.4.2 – Regularidade Fiscal: na alínea "c", ao final da última linha, ressaltar "ou de NÃO CONTRIBUINTE", porque Agência de Propaganda não está sujeita a tributos estaduais. Apenas federais e municipais; e
- c. Item 8.9 – Sustentabilidade Ambiental: deve ser eliminado, pois não se aplica a serviços intelectuais publicitários prestados por intermédio de Agência de Propaganda.

## 2. DNA DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA, em síntese, alega que:

### 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.

### 2 DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Irregularidades nas Cláusulas de Remuneração e Descontos



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

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 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.

### **4 FALTA DE TRANSPARÊNCIA NAS ETAPAS DO CERTAME**



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

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.

### **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.

### **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.

### 3. MAUWÊ COMUNICAÇÃO LTDA, em síntese, alega que:

#### 1. INCONSISTÊNCIAS NO OBJETO DO EDITAL

O presente edital impõe a condição restritiva de que apenas agências de publicidade com exclusividade em publicidade em seu contrato social possam participar do certame. Esta exigência configura uma barreira desproporcional que limita a diversidade e o alcance dos participantes. Este requisito contraria o Princípio da Isonomia, que é respaldado pelo artigo 5º da Lei nº 14.133/2021. Este princípio fundamental das licitações públicas assegura que todos os licitantes devem ser tratados de maneira igualitária, sem qualquer tipo de preferência ou distinção que não seja essencial para a natureza da contratação.

*Art. 5º Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).*

Impor tal exclusividade não só vai contra a dinâmica atual do mercado de comunicação e marketing, onde a multifuncionalidade e a interdisciplinaridade são essenciais para a entrega de soluções completas e eficazes, mas também pode impedir que agências qualificadas, que operam em várias vertentes da publicidade e da comunicação, participem deste processo. Isso pode resultar na seleção de uma proposta não tão vantajosa em termos de inovação, qualidade e custo-benefício, prejudicando o interesse público que o certame visa proteger.

Portanto, é imprescindível a reformulação desta cláusula para eliminar a exigência de exclusividade no objeto social de publicidade, permitindo assim a participação de um espectro mais amplo de agências competentes que possam oferecer propostas mais robustas, inovadoras e adequadas às necessidades da Administração Pública. Solicita-se, assim, que esta revisão seja efetuada com urgência para garantir a equidade, competitividade e a obtenção das melhores propostas disponíveis no mercado.

#### 2. REPASSES DE DESCONTOS EM VEICULAÇÃO

A regra do edital que obriga as agências de publicidade a devolverem 3% dos seus gastos em anúncios como um tipo de desconto automático precisa ser repensada. Essa exigência pode acabar mexendo com o recurso que as agências recebem e atrapalhar suas finanças. Isso pode diminuir a qualidade e a inovação do trabalho que elas fazem. Além disso, ter que seguir essa regra de desconto fixo não permite que as agências planejem seus gastos de acordo com o que cada projeto específico precisa, o que pode resultar em serviços menos variados e criativos.

Além disso, essa prática entra em conflito com a Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda. Segundo essa legislação, os descontos obtidos nas negociações com fornecedores de serviços e mídia, conhecidos como descontos-padrão, fazem parte da remuneração das agências. Assim, ao forçar um repasse de parte desses descontos, o edital interfere na estrutura de custos das agências e altera a lógica de compensação prevista na lei.

É muito importante revisar a cláusula para garantir que as agências de publicidade consigam se manter financeiramente estáveis e continuem a oferecer serviços de alta qualidade. Adotar uma política mais flexível para o repasse de descontos ajudaria as agências a se adaptarem melhor às necessidades do mercado e às particularidades de cada campanha publicitária. Isso estimularia mais competição e inovação no setor. Revisar essa exigência é fundamental para criar um ambiente de negócios justo e propício ao desenvolvimento de publicidade criativa e eficaz, atendendo de verdade aos interesses tanto do governo quanto da sociedade.



### **3. FALTA DE TRANSPARÊNCIA NAS ETAPAS DO CERTAME**

A falta de clareza nas etapas do processo de licitação no edital atual cria uma barreira significativa para que todos possam entender o que está acontecendo. Isso não é só uma questão de ser mais claro e fácil de entender, mas também uma necessidade legal. De acordo com o artigo 6 da Lei nº 12.232/2010, é exigido que os procedimentos de licitação sejam bem claros e abertos ao público para garantir que todos tenham as mesmas chances de participar.

A falta de clareza no edital sobre as fases do processo, incluindo critérios de avaliação, prazos para cada etapa, documentação necessária e procedimentos para contestação e recurso, compromete diretamente o princípio da transparência. Este princípio é vital para garantir que todos os licitantes possam preparar suas propostas de maneira informada e competir em igualdade de condições.

Portanto, é imperativo que o edital seja revisado e ampliado para incluir uma descrição detalhada de todas as fases do certame. Deve-se especificar claramente as regras, os prazos e as expectativas em cada estágio do processo, desde a apresentação de propostas até a fase de julgamento e adjudicação. Assegurar essas informações de forma transparente e acessível é importante para fomentar uma licitação justa e aberta, o que resultará na seleção da proposta mais vantajosa e na promoção do interesse público.

Desta feita, pede-se a suspensão do Certame, para poderem ser realizadas inclusões e descrições necessárias ao Edital.

### **4. PROBLEMAS NAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

O edital deixa claro que os itens de remuneração e descontos devem adotar percentuais já fixados no edital, o que limita as estratégias de precificação das agências participantes. Esta determinação encontra-se em desacordo com os princípios estabelecidos pelos artigos 3º e 40 da Lei nº 14.133/2021, que defendem a promoção de condições justas e competitivas entre os licitantes, permitindo que cada agência proponha estruturas de preços que melhor representem suas realidades operacionais e capacidades de serviço. Além do mais impede que a licitante vencedora possa igualar seus preços na proposta de preços.

A fixação de percentuais predeterminados impede que as agências demonstrem suas competências por meio de propostas financeiras mais criativas e adaptadas às suas peculiaridades, além de restringir a capacidade da administração pública de obter as melhores condições possíveis. Esta rigidez resulta em uma avaliação menos eficiente das propostas, prejudicando a seleção da oferta mais vantajosa tanto em termos de custo quanto de valor agregado.

Portanto, é crucial que o edital seja revisto para permitir que as agências apresentem suas propostas de percentuais de custos de forma livre, o que incentivará uma competição mais autêntica e equitativa, alinhando o processo licitatório com os objetivos de eficiência e economicidade apresentado pela legislação vigente. Ao fazer isso, a administração pública garante conformidade com a lei, e potencializa as chances de atrair propostas que maximizem o retorno sobre o investimento público, consolidando assim as bases para uma gestão fiscal mais responsável e efetiva.

### **6. LIMITAÇÕES DE PEÇAS**

O edital impõe que cada licitante só pode apresentar seis peças publicitárias como parte do seu plano de comunicação para a licitação. Esta limitação limita a eficácia competitiva e a inovação, elementos importantes no campo da publicidade.

Dado o orçamento de 3 milhões de reais para esta licitação, poder-se-ia argumentar que limitar o número de peças publicitárias subutiliza os recursos disponíveis, limitando a capacidade das agências de explorar e demonstrar a plenitude de suas capacidades criativas e estratégicas. Ao impor um limite tão estrito, o edital pode contrariar os princípios de competitividade, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021, além de comprometer a seleção da proposta que ofereça o melhor valor e inovação para a administração pública.

A abordagem restritiva da cláusula 5.2.2.3.2 inibe a competitividade ao não permitir que agências maiores e mais equipadas, que podem produzir uma variedade maior de conteúdo de alta qualidade, explorem totalmente suas capacidades. Esta limitação diminui a diversidade das propostas apresentadas e impede que o processo de licitação beneficie de novas abordagens e tecnologias emergentes no marketing digital e na publicidade, que requerem mais do que seis peças para serem adequadamente representadas e avaliadas.

Dado este contexto, uma revisão da cláusula deve ser proposta, recomendando-se que o número de peças permitidas seja aumentado. Isso incentivará uma competição mais rica e produtiva entre os participantes, alinhando o edital com a evolução dinâmica do campo publicitário e com os princípios de isonomia e eficiência que a Lei nº 14.133/2021 visa promover. Dessa forma pede-se a suspensão do certame para se fazer as devidas alterações.



## 7. VIOLAÇÃO DA CONFIDENCIALIDADE DOS LICITANTES

O procedimento adotado pela administração, ao publicar respostas a questionamentos feitos por licitantes específicos, identificando-os nominalmente, representa uma grave violação dos princípios de confidencialidade e impessoalidade que devem nortear todo o processo licitatório conforme a Lei nº 14.133/2021. A identificação das agências que realizaram questionamentos compromete a privacidade e a segurança jurídica desses participantes, além disso afeta a integridade competitiva do certame.

Tal exposição leva a um tratamento diferenciado ou a retaliações indesejadas contra as licitantes, criando um ambiente de competição desigual e viciado. A prática de revelar quais empresas questionaram determinados pontos do edital influenciam indevidamente o julgamento das propostas e a decisão final da licitação, contrariando diretrizes de julgamento objetivo e imparcial estabelecidas pelo artigo 5º da Lei nº 14.133/2021.

Devido às violações dos princípios de confidencialidade e impessoalidade identificadas, solicitamos a anulação imediata do edital e a publicação de um novo que respeite as diretrizes legais de justiça e transparência, conforme estipulado pela Lei nº 14.133/2021. Caso essas correções não sejam realizadas, reservamo-nos o direito de buscar as medidas legais necessárias para garantir a integridade do processo licitatório.

Portanto, pedimos o seguinte:

1. A revisão e correção das cláusulas que impõem a exclusividade em publicidade no objeto social das agências, permitindo uma participação mais ampla e diversificada.
2. A eliminação ou revisão da obrigação de repasse dos descontos-padrão de 3%, para que as agências possam manter a sustentabilidade e inovação de seus serviços.
3. A ampliação do número de peças publicitárias permitidas no plano de comunicação, refletindo a real necessidade de demonstração de capacidades em uma campanha eficaz.
4. A inclusão detalhada das etapas do processo licitatório no edital, garantindo a transparência e permitindo que todos os licitantes preparem suas propostas adequadamente.
5. A suspensão temporária do certame até que as revisões necessárias sejam realizadas e um novo edital seja publicado, garantindo que todos os participantes estejam plenamente cientes das regras e procedimentos aplicáveis.

## 4. LOTUS REPRESENTANTE COMERCIAL LTDA, em síntese, alega que:

### DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

No instrumento convocatório, como reflexo da lei, deve apresentar um rol taxativo de exigências e informações precisas e objetivas para a serem observados pelos licitantes, especialmente para comprovação da capacidade de atendimento e elaboração da proposta.

O edital, em tela, traz para fins de comprovação de capacidade técnica que seja relacionada a equipe (profissionais) por meio de curriculum resumido contendo: nome do profissional, formação e experiência. Sabe-se a capacidade técnica, nesse tipo de licitação, atribui-se pontuação as empresas licitantes, contudo, urge que as disposições estejam claras e precisas para que as licitantes participem de forma segura e transparente os critérios de julgamento. Fala-se em segurança jurídica e legalidade.

Assim esta Comissão julgadora deve esclarecer, para fins de comprovação da qualificação dos profissionais, serão requeridos documentos complementares tais como: CTPS, contrato de prestação de serviços ou declaração de compromisso futuro? A respeito da formação profissional, serão somente aceitos profissionais graduados em curso superior e/ou atividades similares ao objeto do edital? Será exigido um tempo mínimo de experiência profissional? Quais documentos serão válidos para comprovação de experiência profissional?

Resta evidente que o Edital é omissivo quanto as solicitações que ora são requeridas, que repercutem não apenas nas condições de participação como na elaboração da proposta técnica e financeira. Razão que justifica a seja suspenso a licitação seja reeditado o Edital, o Projeto Básico e demais anexos.

### DA PROPOSTA DE PREÇO - ENVELOPE 4

No envelope 4, além da carta da proposta de preço deverá constar outro documento como exemplo declaração de proposta independente? Resta patente que trata-se de exigência do Tribunais de Contas, em julgamentos reiterados.

### DOS RELATOS



Os relatos deverão ser assinados pelos clientes e pelo redator responsável por sua elaboração? A validação e assinatura deverá ser realizada em documento em apartado? Ou as assinaturas podem constar nos cadernos de relato?

### **DA VEDAÇÃO EM CONSÓRCIO**

Embora se tratar de escolha discricionária da Administração Pública, o que evidentemente não significa autorização para decisões arbitrárias ou motivadas. Hialino que admitir ou negar a participação em consórcios é o resultado de um processo de avaliação da realidade do mercado em face do objeto a ser licitado e da ponderação dos riscos inerentes à atuação de uma pluralidade de sujeitos associados para a execução do objeto. Diante disso, a vedação à participação de empresas em consórcio deve ser devidamente motivada pela autoridade administrativa na fase interna do certame, sob pena de ser considerada ilegal. No caso em tela, ao que tudo indica, não foi realizada aludida motivação.

Em diversos Acórdãos do Tribunal de Contas da União, desprende-se ser estritamente necessária a motivação para a vedação da formação de consórcio, tendo-se em vista a faculdade constante do instituto federal licitatório.

O Acórdão 1417/2008 Plenário (Sumário) cita que embora discricionário, nos termos do caput do art. 33 da Lei nº 8.666/1993, antiga lei, quando houver a opção da Administração pela restrição à participação de consórcios na licitação, tal escolha deve ser precedida das devidas justificativas no respectivo processo administrativo, especialmente quando a vedação representar ris e à competitividade do certame.

Sendo assim, é certo que o Tribunal de Contas da União - TCU exige que haja justificativa formal acerca da vedação atinente à participação de empresas reunidas em consórcio.

Deste modo, a fim de que não haja restrição à competitividade do certame, deve constar dos autos justificativa formal concernente à restrição acima referida.

Isto posto, considerando a necessidade de alteração do edital em razão da complementação de informações, com o deferimento da presente solicitação, especialmente da formulação das propostas de preços dos licitantes, urge a reabertura do certame em igual prazo, visando ampliação da competição acerca das mudanças, observando-se a lei de licitações.

### **DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO – CONTRATO**

Agência de publicidade, nos termos da Lei 4.680/65, Decreto Lei 57.690/66 e Normas Padrão do CENP, age por conta e ordem de seus Clientes.

Ocorre que a minuta do contrato é omissa em vários aspectos. O que gera insegurança jurídica, afinal se trata de um anexo ao edital sendo sua parte integrante. Não poderá a Administração estabelecer condições contratuais após a publicação do aviso ou somente após o resultado da licitação deixando as licitantes subjogadas ao arbítrio do gestor.

A exemplo do IR, quando da apuração e faturamento, incidente nos serviços de propaganda e publicidade de modo que deve ser recolhido pelas agências de propaganda, também por ordem e conta do anunciante.

No entanto de outro giro, não devem ser incluídas na base de cálculo: as importâncias pagas diretamente ou repassadas aos veículos de comunicação, assim considerados os jornais, revistas, empresas de rádio, televisão, cinema e publicidade ao ar livre (outdoor); os gastos feitos com terceiros em nome da agência, que forem reembolsados pelo anunciante, nos limites e termos contratuais; os valores que a agência repassar a terceiros, por conta e ordem da anunciante e em nome desta; e os descontos obtidos por antecipação do pagamento.

Assim é certo que a receita obtida pelas agências se resume, exclusivamente, resultado da prestação de seus serviços, não se incluindo os serviços e suprimentos externos, reembolsados pelo cliente à agência.

Diante do exposto, esta Impugnante requer seja retificado o teor do contrato nas CONDIÇÕES DE PAGAMENTO conforme determina o Decreto 57.690/66 e as Normas Padrão do CENP, bem assim, em respeito à práticas aplicáveis ao relacionamento comercial entre agências, anunciantes, veículos e fornecedores.

### **DO INVÓLUCRO Nº 1**

O invólucro nº 1 tem como condão ser a via não identificada, não devendo possuir qualquer identificação que possibilite a identificação das propostas técnicas elaboradas e entregues pelas agências licitantes, devendo um envelope padronizado ser retirado junto ao órgão licitante.

No momento da retirada dos envelopes como será garantida a sigilosidade das empresas que forem realizar a retirada do envelope? Necessariamente a empresa licitante deverá assinar algum documento que a identifique neste momento?



## DAS DECLARAÇÕES (ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA)

Os atestados de capacidade técnica deverão ser em nome do profissional ou da empresa que prestou o serviço? Caso seja do profissional estamos falando de qualificação operacional? O Edital é lacônico devendo expurgar as ilicitudes e omissões.

Quanto as exigências de qualificação técnica sabe-se que a proponente deverá fornecer subsídios ao julgador, nos seus documentos, que comprovem sua experiência anterior no seguimento de serviços compatíveis com o objeto do presente certame **CONTENDO AS QUANTIDADES E PRAZOS**, para tanto, o ato convocatório deve fornecer todos os subsídios para possibilitar o julgamento objetivo pela autoridade administrativa com margem de segurança a escolha da melhor proposta e julgamento da documentação de habilitação, de modo a oferecer aos licitantes, os **CRITÉRIOS OBJETIVOS**, que serão adotados previamente, não podendo, após a publicação do edital, mudar as regras exigindo para mais ou menos do que ali fora previsto. **ASSIM, GARANTE-SE A SEGURANÇA JURÍDICA ÀS PARTES ENVOLVIDAS NO PROCESSO.**

Ocorre que da leitura da regra editalícia, o mesmo não estabeleceu o critério objetivo de julgamentos para aceite dos atestados de capacidade técnica no que se refere a comprovação de compatibilidade em **RELAÇÃO A PRAZOS, QUANTIDADES** e outros elementos para comprovar a experiência anterior. Não há indicação de percentual máximo ou mínimo, em relação aos prazos para aferição de aceite dessa comprovação e parcelas de maior relevância como Estabelece a Lei.

O Edital faz inferir que para comprovação de capacidade técnica, o atestado expedido em favor das participantes, em relação a prazo, não poderá ser inferior a 12 meses de serviço já executado, compactuando com o TR, pois cita que o presente objeto será contratado por doze meses, podendo ser prorrogado por até 60 meses conforme determina a lei. Solicitamos que assim que a lacuna exposta, seja objetivamente elucidada indicando qual o prazo mínimo de execução para o objeto contratado para tal comprovação.

Ainda quanto a qualificação técnica considerando que o objeto da licitação é **Locação de Veículos**, solicitamos que sejam respondidos de forma clara e objetiva:

a) Qual seria a compatibilidade objetiva de característica para o atestado? E qual o percentual de maior relevância a considerar tratar se de várias atividades a serem empreendidas?

b) estabelecida a quantidade mínima a ser comprovada em capacidade técnica, tal percentual deverá ser para cada item (atividades) considerando quais atividades de maior relevância?

## DA LIMITAÇÃO DO ATESTADO

Inferre-se do instrumento editalício que a condição para a habilitação técnica dos licitantes pressupõe a “comprovação de experiência na execução de serviços com características semelhantes às especificadas, através de Atestado de Aptidão/Capacidade Técnica, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que expressamente certifique:

### 7.15. Para a qualificação técnica, requer-se:

7.15.1. Pelo menos um atestado expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que ateste a qualidade dos serviços de publicidade executados pela licitante, comprovando o investimento real de, no mínimo, R\$ 13.000.000,00 (treze milhões de reais), que é 50% do valor, no objeto do contrato no período de doze meses, referendado pelo cliente com firma reconhecida em cartório.

Contudo, frise-se que esta exigência impõe limites ao princípio da competitividade e da isonomia entre as empresas licitantes neste certame, porquanto, não se constata qualquer justificativa que respalde a exigência da comprovação de experiência técnica nos termos do edital e nem ao menos mencionam os itens de maior relevância sobre os quais incidiria a aplicação do percentual de 50% para a execução de serviços similares, observadas as condições legislativas, segundo o que dispõe o § 1º do art. 67 da Lei 14.133/2021, in verbis:

“A exigência de atestados será restrita às parcelas de maior relevância ou valor significativo do objeto da licitação, assim consideradas as que tenham valor individual igual ou superior a 4% (quatro por cento) do valor total estimado da contratação. (...)

§ 2º Observado o disposto no caput e no § 1º deste artigo, será admitida a exigência de atestados com quantidades mínimas de até 50% (cinquenta por cento) das parcelas de que



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

trata o referido parágrafo, vedadas limitações de tempo e de locais específicos relativas aos atestados”.

Excepcionalmente, ao prever quantidades mínimas relativas à execução do serviço, o órgão deverá fazê-lo em relação as parcelas de maior relevância, desde que estejam discriminadas e justificadas no instrumento editalício.

Esta é a orientação consolidada pelo Tribunal de Contas da União, posto que é “admitida a adoção de regras que possam eventualmente restringir a competitividade quando for comprovada a razoabilidade, proporcionalidade e adequação da medida, mediante prévia e robusta fundamentação”, o que não ocorreu no caso em tela.

Nesse sentido, ressalta-se que as comprovações de capacidade técnica nas quantidades preestabelecidas impõem uma limitação excessiva a muitas das empresas, considerando que apenas alguns prestadores de serviço que têm um capital maior e possuem mais tempo no mercado, conseguirão efetivamente atender este requisito, o que demonstra de forma inequívoca a falta de razoabilidade e restrição à concorrência deste certame.

Não é outro o entendimento consolidado pela jurisprudência coeva. Vejamos:

A restrição à concorrência não deve ser admitida, pois o objetivo a ser alcançado é a melhor proposta para a obtenção da melhor prestação de serviço, que deve ser alcançado com a adoção de um eficiente projeto de implantação, onde as exigências de qualidade no material a ser apresentado e no serviço a ser prestado é que devem ser objetivamente delineados.

Não havendo qualquer fundamento para excluir potenciais interessados ou mesmo possíveis bons prestadores de serviço, apenas por falta de experiência específica em relação ao objeto contratado.

A exigência de capacidade técnica deve ser fundamentada pela entidade promotora da licitação, demonstrando sua imprescindibilidade e pertinência em relação ao objeto licitado, de modo a afastar eventual possibilidade de restrição ao caráter competitivo do certame. (TCU – Acórdão 1617/2007 – Primeira Câmara – Sumário).

Por fim, ressalta-se que é expressamente vedado à Administração a exigência de experiência prévia idêntica ao objeto da licitação, posto que viola o princípio da competitividade do certame e contraria a própria natureza da licitação, tendo em vista que limitará a participação das empresas interessadas.

Sendo assim, pugnamos pela retificação do instrumento editalício, para que retirem as cláusulas restritivas do respectivo edital, considerando que violam as normas do ordenamento jurídico brasileiro e frustram o caráter competitivo do processo licitatório, podendo resultar em nulidades dos atos administrativos e em prejuízo ao Erário Público.

### DA QUALIFICAÇÃO FINANCEIRA

O edital reza e exige para qualificação financeira:

#### 7.12. Para a qualificação econômico-financeira, requer-se:

7.12.1. certidão negativa de efeitos de falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante;

7.12.1.1. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

7.12.2. balanço patrimonial com as demonstrações contábeis do último exercício social devidamente registrado na junta comercial do Estado da sede da licitante, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devendo comprovar:

7.12.2.1. patrimônio líquido de no mínimo 10% (dez por cento) do valor total estimado para a contratação;

7.12.2.2. índice de liquidez corrente (ILC) superior a 1,00, calculado pela fórmula:

$$ILC = AC / PC$$

7.12.2.3. índice de liquidez geral (ILG) superior a 1,00, calculado pela fórmula:

$$ILG = AC + ARI P / PC + PFI P$$

Apesar da Lei de Licitações estabelecer que o patrimônio líquido ou o capital mínimo será exigível em até 10% do valor do contrato, é certo que a atividade publicitária, por ser de prestação de serviços e a independe de capital de giro, não necessita de patrimônio líquido expressivo ou mesmo do capital social.

Quanto ao patrimônio líquido, hialino que o patrimônio principal de uma agência de publicidade é, essencialmente, o de sua equipe técnica, sem valor estimável. Por outro lado, o valor do contrato de prestação de serviços abrangerá o pagamento de vários outros beneficiários, notadamente os veículos de Comunicação, os Fornecedores Externos de Serviços especiais e a remuneração da agência vencedora.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Deste modo, temos certo que é restritivo ou ilegal, exigir a comprovação da qualificação 10% do valor global da contratação, em verdade o montante dos recursos imobilizados para prestação dos serviços é predominante do Estado para realizar a produção. Afinal a verba global será destinada em reduzido percentual à agência de publicidade, motivo pelo qual seu patrimônio social não irá garantir o montante da verba publicitária, mas apenas o residual.

Assim, a recomendação para evitar arbitrios é que, em se exigindo percentual de patrimônio líquido o mesmo não seja calculado sobre a verba total, mas sobre o valor da verba honorária, ou ainda, no caso em que não atinja os índices de Solvência e de Liquidez maiores do que 01 (um).

Quanto ao balanço indaga-se: as empresas poderão apresentar o sped contábil em substituição ao balanço patrimonial? Caso a resposta seja afirmativa, sabe-se que tal documento não possui índices contábeis e nem notas explicativas, neste caso como devera a licitante proceder? Quanto ao contrato Social para fins de habilitação jurídica, indaga-se ainda: urge que as empresa Limitadas registre o documento na junta comercial a considerar trata-se de obrigação imposta as sociedades anônimas?

### DOS QUESTIONAMENTOS DE ORDEM TÉCNICA

12.1 O valor estimado da contratação será totalmente consumido durante a execução do contrato? Qual o parâmetro e média dos valores utilizados para execução dos serviços objeto da licitação nos contratos anteriores?

12.2 O reajuste dos valores da contratação, reajustados conforme Tabela da Federação das Agências de Publicidade será conforme a tabela dos valores executados no Estado de Rondônia?

12.3 Poderá participar do certame as empresas com restrições de licitar com o ente federal?

Qual a adoção desta Comissão em relação a tal posicionamento quanto aos efeitos das penas administrativas adotam a diretriz do STJ ou TCU?

12.4 Os documentos a serem apresentados pela empresa que desejarem utilizar os benefícios dos arts. 42 a 45 da Lei Complementar 123/2006, poderá ser resumido a declaração de enquadramento?

12.5 As empresas que desejarem participar do certame licitatório possuem até que dia para realizar a retirada do envelope padronizável 1?

12.6 Caso uma empresa ao entregar o envelope 1, o mesmo possuindo rasuras que identifiquem a autoria do material, a desclassificação deverá ser requerida pelas demais empresas participantes ao final da sessão ou Agente público de ofício procederá a desclassificação?

12.7 O envelope 2 poderá conter logo e timbrado da empresa licitante? Poderá estar em outro material além de envelope?

12.8 Além dos documentos pessoais do credenciado e procuração, quais documentos deverão ser apresentados pelas licitantes no momento do credenciamento?

12.9 Para elaboração do plano de comunicação a empresa licitante deverá se limitar às informações constantes no Briefing? Ou deverá buscar informações auxiliares em portais do Estado?

12.10 Ao expor as peças da ideia criativa, a licitante está limitada a apresentar as peças no formato A4 em papel sulfite? Poderá a empresa apresentar as peças em outro material?

12.11 Para demonstrar o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação, a empresa licitante deverá apresentar planilha idêntica à disposta no instrumento convocatório?

12.12 Qual será a pontuação mínima e máxima para cada subquesto a ser avaliado pela subcomissão técnica? Qual o critério de julgamento? O Edital nesses termos é omissivo e impede a segurança na participação, constituído violação a Lei.

12.13 A atribuição de nota inferior a 50% dos pontos possíveis em um ou mais quesitos técnicos, por membro da Subcomissão Técnica, deverá ser justificada individualmente por escrito. Somente terá a justificativa as notas inferiores a 50%? Salientamos que todas as notas atribuídas pela subcomissão de licitação deverão ser justificadas.

12.14 Além da proposta de preços propriamente dita, qual documento deverá ser encaminhado juntamente com a proposta? Deverá constar declaração de proposta independente?

12.15 No caso de a empresa licitante na fase de habilitação da empresa apresentar somente o SICAF, deverá apresentar em conjuntos as declarações?

12.16 Somente no ligar de apresentar todas as alterações contratuais para habilitação jurídica, poderão ser aceitas as alterações contratuais consolidadas?

12.17 As declarações deverão ser assinadas pelo credenciado ou pelo sócio administrativo da empresa?

12.18 Os recursos serão recebidos tempestivamente até o último dia de prazo? Até as 23: 59:59, horário local?

12.19 As sanções administrativas serão aplicadas com base nos julgados recentes sobre o tema do TCU?

12.20 Serão aceitos atestados de capacidade técnica assinado por certificado digital?



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

12.21 Na fase de contratação, o seguro garantia do contrato será aceito na modalidade carta fiança?

12.22 No Item 3.1.1.1.3.2 do Edital, é informado sobre as margens esquerda e da direita, porém não informa sobre a margem superior e inferior. Qual seria a margem superior e inferior que devemos considerar? Tal omissão impede a elaboração e impressão do material relacionado a proposta técnica, fato que imediatamente, deverá afetar a data de abertura da licitação pela que prega a lei. Ademais tal omissão, impede a ampla participação, pois caso a resposta não ocorra de forma imediata, as empresas de outras comarcas não terão tempo hábil para elaboração dos documentos técnicos. Razão pela qual assiste a Comissão de Licitação proceder a suspensão da licitação.

12.23 Ainda no item 3.1.1.1.3.2, ele não menciona sobre utilizar o negrito ou itálico em algumas palavras de destaque na construção do plano de comunicação. Pode ser usado o negrito ou itálico para dar destaque em algumas palavras?

12.24 Ainda no item 3.1.1.1.3.2, ele não menciona sobre utilizar o negrito ou itálico em algumas palavras de destaque na construção do plano de comunicação. Pode ser usado o negrito ou itálico para dar destaque em algumas palavras?

12.25 No item 5.2.2.1. Raciocínio Básico, não identificamos a informação se é permitido incluir tabelas e gráficos. Pode incluir ou somente texto corrido?

12.26 O item 5.2.2.3, Ideia Criativa, não fica claro se as seis páginas mencionadas que o quesito deve possuir deve conter texto explicando a Ideia Criativa proposta ou somente a apresentação das peças corporificadas, visto que o limite de peças também são 6. Sendo assim, como deve ser apresentado? Somente as 6 peças corporificadas ou são 6 páginas de texto corrido pontuando cada peça utilizada para a campanha? Tal omissão impede a elaboração e impressão do material relacionado a proposta técnica, fato que imediatamente, deverá afetar a data de abertura da licitação pela que prega a lei. Ademais tal omissão, impede a ampla participação, pois caso a resposta não ocorra de forma imediata, as empresas de outras comarcas não terão tempo hábil para elaboração dos documentos técnicos. Razão pela qual assiste a Comissão de Licitação proceder a suspensão da licitação. Para o quesito, urge seja explicado de forma explícita e detalhado o quesito, não se limitando apenas fazer remissão aos itens do Edital.

12.27 Ainda no item 5.2.2.3, Ideia Criativa, as peças devem ser apresentadas à parte, em pranchetas de tamanho A4 ou A3? Há algum papel específico para apresentação das peças corporificadas? Tal omissão impede a elaboração e impressão do material relacionado a proposta técnica, fato que imediatamente, deverá afetar a data de abertura da licitação pela que prega a lei. Ademais tal omissão, impede a ampla participação, pois caso a resposta não ocorra de forma imediata, as empresas de outras comarcas não terão tempo hábil para elaboração dos documentos técnicos. Razão pela qual assiste a Comissão de Licitação proceder a suspensão da licitação.

12.28 No item 5.2.2.3.2 menciona a quantidade de peças que devem ser corporificadas.

Porém, se apresentarmos uma quantidade menor de 6 peças, a nota atribuída terá o mesmo julgamento, uma vez que estamos considerando até 6 peças?

12.29 Sobre utilizar Pen drive, CD ou DVD, é permitido intercalar o uso de cada um? Por exemplo, uma peça estará no Pen Drive e outra em CD?

12.30 No item 5.2.2.4.5, Estratégia de Mídia e Não Mídia, fala que devemos apresentar a Tabela Única – Custos de Mídia. Devemos utilizar o modelo exato que se encontra no edital ou podemos fazer outro modelo, desde que contenha as informações citadas no edital?

12.31 – Podemos considerar o uso de Mídia Programática, uma vez que a mesma não possui uma tabela de preços específica?

12.32- Na tabela, deverá informar o custo de produção de peças digitais, por exemplo, postagens para redes sociais, com base na Tabela da Fenapro? Tal omissão impede a elaboração da proposta técnica e de preços, fato que imediatamente, deverá afetar a data de abertura da licitação pela que prega a lei. Ademais tal omissão, impede a ampla participação, pois caso a resposta não ocorra de forma imediata, as empresas de outras comarcas não terão tempo hábil para elaboração dos documentos técnicos. Razão pela qual assiste a Comissão de Licitação proceder a suspensão da licitação. Para o quesito, urge seja explicado de forma explícita e detalhado o quesito, não se limitando apenas fazer remissão aos itens do Edital.

12.33– O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deve estar assinado e reconhecido em cartório? Ou basta estar assinado?

12.34– No Quesito Capacidade de Atendimento não menciona o tipo de fonte que deve ser utilizado na construção da proposta. Qual seria a fonte para ser usada?

12.35 – Ainda no quesito Capacidade de Atendimento, não menciona o formato do caderno, se ele é formato A3 ou A4. Sendo assim, pode ser um tamanho personalizado, correto?



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

12.36 – No Quesito – Relatos de Soluções de Problema de Comunicação do Edital não menciona sobre a validação dos Relatos. Sendo assim, basta estar assinado pelo representante do cliente? Ou deve estar com reconhecimento em firma?

12.37 A modalidade de “Melhor Técnica” não comporta proposta de preço, conforme determina o artigo 35 da Lei 14.133/21. O edital viola esse princípio ao exigir que os licitantes apresentem proposta de preço, o que representa uma reserva da modalidade e contraria o interesse público. Assim, deve ser excluída a exigência de proposta de preço, com definição direta de remunerações.

12.38 Foi identificado que os critérios de avaliação das propostas são vagos, permitindo subjetividade na pontuação. A falta de parâmetros técnicos claros compromete a isonomia e a transparência, possibilitando interpretações variadas.

### 13. DA IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE – VIOLAÇÃO A SIGILOSIDADE DAS PROPOSTAS – ILEGALIDADE

A Comissão de Licitação, ao responder os pedidos de esclarecimento formulados, erroneamente identificou em suas respostas as empresas que desejam participar do certame licitatório.

Evidente que tal prática se mostra ilegal a medida que revelam os interessados de forma explícita e inequívoca, não resguardando a identidade dos eventuais participantes, ato que prejudica a probidade dos procedimentos, especialmente, maculando a elaboração da proposta de preços e a prática de máculas na formulação dos documentos técnico, que nesse tipo de licitação, a lei preconiza a não identificação da proponente durante a licitação, inclusive, visando evitar práticas de conluio.

Evidente que os Órgão de Controle nesse evento, não imputarão prontamente a responsabilidade pela prática ou a facilitação de conluio para Administração, mas será indagado se houve a produção de ato administrativo a precipitar ou favorecer tal ocorrência ou a sugerir tais ilegalidades. Diante deste tema há de se indagar: o que a Administração fez para assegurar ou reprimir tal tipo de imputação, do momento em que seu erro acabou antecipando o nome de interessados na licitação?

Por tais razões, em nosso entender, a identificação da empresa antes da abertura da licitação deve acarretar a ilegalidade do certame. Ainda que a Comissão cogite alegar a adoção do princípio do formalismo moderado e a possibilidade de saneamento de falhas, a gravidade do evento, deve ser sopesado juntamente com outros princípios aplicáveis à licitação, já que a linha entre regularização de falhas e favorecimento indevido é bastante tênue e ariscado nos eventos informados. Hialino que a Administração não poderá suportar riscos, pois está sobre a égide do princípio da legalidade e da eficiência estando obrigado sempre a eleger a prática de atos que conduzam aos melhores resultados, ou seja, jamais o administrador poderá eleger soluções que trarão resultados duvidosos.

Deste modo, tem-se que em razão da identificação das empresas neste certame, nas resposta as impugnações, requer seja o torneio suspenso, pois o ato gera visceral insegurança jurídica aos proponentes, fazendo inferir a possibilidade de haver algum tipo de benefício entre as licitantes, podendo afetar a ampla participação e conluio a macular seleção da melhor proposta.

### 5. ÁGGIL PUBLICIDADE LTDA, em síntese, alega que:

#### 1. - ERROS DE NUMERAÇÃO

Conforme disposto no item 1 do edital, é notório que a sequência numérica dos subitens apresenta omissões relevantes. Após o subitem 1.7.1, deveriam constar os subitens 1.7.2, 1.7.3 e 1.7.4, conforme lógica sequencial e estrutura esperada em um documento técnico e formal de licitação. No entanto, observa-se que o edital salta diretamente para o subitem 1.7.5, sem qualquer justificativa ou esclarecimento, deixando lacunas que comprometem a clareza e a completude do instrumento convocatório.

A ausência desses subitens pode gerar interpretações divergentes e comprometer a transparência do certame, em afronta ao princípio da publicidade e da ampla concorrência previstos na Lei nº 14.133/2021. É indispensável que o edital seja republicado com a devida correção da numeração e a inclusão dos subitens omitidos, caso sejam pertinentes, ou com uma explicação clara quanto à sua inexistência.

Proposta de adequação:

Que seja corrigida a numeração dos subitens do item 1.7, de modo a assegurar a coerência e a integralidade do documento, evitando qualquer prejuízo à compreensão dos interessados e garantindo a lisura do processo licitatório.

#### 1.2. Exclusão do Item 1.12 do Edital



O item 1.12 do edital permite a participação de Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) no certame. Entretanto, tal previsão contraria os limites legais e econômicos que regem a atuação dessas empresas, especialmente quando se considera o valor estimado da contratação, fixado em R\$ 26.134.078,00, para execução por apenas uma Agência de Propaganda.

O faturamento anual das ME e EPP, conforme a Lei Complementar nº 123/2006, é limitado a R\$ 360.000,00 para Microempresas e a R\$ 4.800.000,00 para Empresas de Pequeno Porte. O valor desta licitação, amplamente superior a esses tetos, evidencia que tais empresas não possuem capacidade econômica e estrutural para suportar os encargos decorrentes da execução do contrato, o que pode gerar riscos de inadimplência e comprometimento da qualidade dos serviços prestados. A manutenção do item 1.12, portanto, afronta o princípio da razoabilidade, além de desconsiderar a proporcionalidade entre o objeto licitado e a capacidade operacional e financeira exigida das participantes. Ademais, tal previsão não encontra amparo legal, uma vez que o regime jurídico diferenciado conferido às ME e EPP não as isenta de atender aos requisitos mínimos para a execução de contratos de alta complexidade e vulto econômico.

**Proposta de adequação:**

Que seja promovida a exclusão do item 1.12 do edital, vedando a participação de ME e EPP no presente certame, de forma a garantir a compatibilidade entre a capacidade econômico-financeira das licitantes e o objeto licitado, em estrita observância à segurança jurídica e ao bom andamento da execução contratual.

## **2 - DO VALOR ESTIMADO, VIGÊNCIA E CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

### **2.1. Redação do Item 2.1**

O texto atual do item 2.1 do edital emprega a expressão “o custo estimado da contratação” para se referir ao valor de R\$ 26.134.078,00, o que não reflete com precisão o escopo financeiro da execução do contrato. Essa formulação pode gerar interpretações equivocadas, visto que o montante indicado não se limita aos custos diretamente relacionados à CONTRATADA, mas também abrange outras despesas indispensáveis à execução contratual.

O valor estimado de R\$ 26.134.078,00 compreende não apenas os serviços prestados diretamente pela CONTRATADA, mas também os serviços de produção executados por fornecedores especializados, bem como os serviços de divulgação realizados por veículos de comunicação e demais meios. Assim, a redação do item deve ser ajustada para assegurar a correta compreensão do alcance financeiro da execução contratual e evitar interpretações que restrinjam indevidamente o escopo de responsabilidade financeira do contrato.

**Proposta de adequação:**

Que a redação do item 2.1 seja alterada para:

“O valor estimado para a execução do Contrato é de R\$ 26.134.078,00 (vinte e seis milhões, cento e trinta e quatro mil e setenta e oito reais). Este valor abrange os serviços prestados pela CONTRATADA, os serviços de produção executados por fornecedores especializados e os serviços de divulgação realizados por veículos e demais meios.”

Essa modificação tornará o texto mais claro e alinhado com o objeto e os custos globais envolvidos na licitação.

### **2.2. Exclusão dos Subitens 2.6.1.1 a 2.6.3**

Os subitens 2.6.1.1 a 2.6.3 do edital representam mera repetição dos subitens 1.7.1 a 1.8.1, sem qualquer acréscimo de conteúdo ou esclarecimento adicional. A duplicidade de informações compromete a objetividade e a eficiência do instrumento convocatório, contrariando o princípio da economicidade e clareza que devem nortear a redação de editais de licitação.

A manutenção desses subitens não se justifica, uma vez que os dispositivos já estão devidamente contemplados no item 1 do edital. Além de tornar o texto redundante, tal repetição pode induzir as licitantes a interpretações confusas ou divergentes quanto aos requisitos de participação.

**Proposta de adequação:**

Que os subitens 2.6.1.1 a 2.6.3 sejam eliminados, evitando a redundância de informações já abordadas no item 1 do edital. Recomenda-se que, se necessário, seja inserida uma remissão direta ao item correspondente, garantindo a concisão e a coerência textual do documento.

Essa exclusão contribuirá para a clareza do edital, facilitando sua interpretação e reduzindo a possibilidade de questionamentos ou impugnações por parte dos interessados.

### **2.3. Exclusão do Subitem 2.6.4**

O subitem 2.6.4 do edital consiste em uma repetição desnecessária do item 1.12, ambos tratando das mesmas condições de participação para Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). Essa duplicidade não agrega valor ao conteúdo do edital e compromete sua objetividade, gerando redundância e prolixidade no texto.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Além disso, o tópico “Condições de Participação” está transcrito em duas seções distintas do edital, sem qualquer justificativa para a repetição, o que pode causar confusão aos participantes do certame e prejudicar a compreensão dos requisitos.

### **Proposta de adequação:**

Que o subitem 2.6.4 seja eliminado, uma vez que seu conteúdo já está integralmente abordado no item 1.12. Recomenda-se que o edital mantenha um único tópico “Condições de Participação”, devidamente consolidado e sem repetições, garantindo a clareza e a concisão do documento.

Essa alteração visa assegurar a racionalidade do edital, alinhando-o aos princípios da eficiência e da transparência, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021.

## **3 – DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES**

### **3.1. Correção da Numeração do Subitem 3.1.1.1.3.5**

No subitem 3.1.1.1.3.5 do edital, observa-se a omissão das numerações correspondentes aos subitens 3.1.1.1.3.3 e 3.1.1.1.3.4. A ausência desses subitens compromete a organização lógica e a completude do documento, gerando dúvidas quanto ao conteúdo suprimido ou à adequação da sequência numérica.

Essa falha é prejudicial à clareza do edital e pode impactar a compreensão dos licitantes sobre os critérios ou diretrizes associados ao tópico em questão. Conforme as boas práticas de elaboração de editais e em respeito aos princípios da publicidade e da transparência, é imprescindível corrigir a omissão, indicando os subitens faltantes ou justificando sua inexistência.

### **Proposta de adequação:**

Que sejam inseridos os subitens 3.1.1.1.3.3 e 3.1.1.1.3.4 no edital, com a devida descrição de seus conteúdos. Caso tais subitens não sejam aplicáveis ou tenham sido excluídos deliberadamente, sugere-se incluir uma nota explicativa no edital para evitar interpretações equivocadas e garantir a coerência estrutural do documento.

Essa medida visa assegurar a integridade e a organização do edital, facilitando a interpretação pelos participantes e evitando questionamentos desnecessários.

### **3.2. Correção da Denominação no Subitem 3.1.1.1.5**

No subitem 3.1.1.1.5 do edital, há um erro na denominação da comissão responsável pela condução do certame. A primeira linha do subitem refere-se à "Comissão Permanente de Licitação", enquanto o PREÂMBULO do edital e demais trechos indicam corretamente a "Comissão Especial de Licitação".

Tal inconsistência pode gerar confusão entre os licitantes, especialmente no que se refere à competência da comissão e ao local de retirada dos envelopes mencionados no subitem. Em respeito aos princípios da clareza e da segurança jurídica, é fundamental que o edital adote uma nomenclatura uniforme em todos os seus dispositivos.

### **Proposta de adequação:**

Que a redação do subitem 3.1.1.1.5 seja corrigida para:

"O Envelope nº 1 deverá ser retirado pela interessada das 8h às 13h, junto à Comissão Especial de Licitação, no seguinte endereço: Av. Farquar, 2562, bairro Olaria, em Porto Velho (RO)."

Essa alteração garantirá a uniformidade terminológica e evitará equívocos por parte dos participantes, promovendo a correta interpretação e o regular andamento do processo licitatório.

### **3.3. Inclusão no Subitem 3.1.1.2.2**

O subitem 3.1.1.2.2, ao final da terceira linha, apresenta a seguinte redação:

"A via identificada deverá conter identificação da licitante e data, além da assinatura e/ou rubrica em todas as folhas, excluindo-se os anexos com as peças publicitárias."

Entretanto, para maior precisão e alinhamento com o objetivo técnico do documento, é necessário incluir a menção expressa à "Ideia Criativa", considerando que essa é uma parte integrante e essencial da proposta técnica.

### **Proposta de adequação:**

Que o texto do subitem 3.1.1.2.2 seja alterado para:

"A via identificada deverá conter identificação da licitante e data, além da assinatura e/ou rubrica em todas as folhas, excluindo-se os anexos com as peças publicitárias da Ideia Criativa."

Essa inclusão esclarece o escopo das peças mencionadas, garantindo que o edital seja mais claro e específico, reduzindo o risco de interpretações inadequadas pelos licitantes.

## **4 - DA PROPOSTA TÉCNICA**

### **4.1. Correções no Subitem 5.2.2.4.5 e na Tabela Subsequente**



### **1. Reorganização da Numeração**

No subitem 5.2.2.4.5 do edital, há uma falha na sequência numérica. Após este subitem, segue-se diretamente o subitem 5.2.3.1.3, omitindo-se numerações intermediárias que deveriam compor a estrutura. Essa lacuna prejudica a organização lógica do edital e pode causar confusão aos licitantes quanto ao entendimento das etapas e exigências previstas.

#### **Proposta de adequação:**

Que a numeração dos subitens seja recomposta, inserindo-se os números faltantes ou indicando expressamente que os subitens intermediários foram excluídos por ausência de conteúdo aplicável. Essa correção é essencial para manter a clareza e a integridade do documento.

### **2. Revisão da Tabela "MEIO"**

Na tabela que segue o subitem 5.2.2.4.5, a coluna "MEIO" menciona "MÍDIA" como um dos elementos, ao lado de "TV", "RÁDIO", "INTERNET" e "OUT-OF-HOME". No entanto, "TV", "RÁDIO", "INTERNET" e "OUT-OF-HOME" já são mídias, tornando redundante e confusa a inclusão de "MÍDIA" como um item independente.

#### **Proposta de adequação:**

- Substituir o termo genérico "MÍDIA" por uma categoria mais específica que complemente os itens já mencionados, como "MÍDIA IMPRESSA" (jornais e revistas) ou outro meio relevante.
- Caso não haja categorias adicionais, recomenda-se eliminar o termo "MÍDIA" da coluna, mantendo apenas os elementos específicos ("TV", "RÁDIO", "INTERNET", "OUT-OF-HOME").

### **3. Especificação de "CUSTOS" na Coluna "MÍDIA"**

Na coluna "CUSTOS", relacionada a "MÍDIA", o edital não esclarece o que deve ser lançado como custos de "MÍDIA". Para evitar inconsistências nas propostas técnicas e financeiras, é necessário detalhar o que deve ser incluído.

#### **Proposta de adequação:**

Que o edital esclareça que os "CUSTOS" de "MÍDIA" devem incluir:

- Valores relacionados à compra de espaços publicitários em veículos específicos (e.g., tempo de TV e rádio, espaço em banners digitais e outdoors).
- Custos de veiculação para cada meio mencionado ("TV", "RÁDIO", "INTERNET", "OUT-OF-HOME").

Esse detalhamento assegurará uniformidade nas propostas apresentadas, facilitando a análise pela Comissão Especial de Licitação e evitando controvérsias durante o julgamento.

### **4.2. Alteração no Subitem 5.2.3.1.9**

O subitem 5.2.3.1.9 do edital apresenta a seguinte redação:

"Será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial do lote."

Essa formulação não é adequada ao contexto de uma licitação para serviços de publicidade, uma vez que o termo "lote" é utilizado em modalidades que segmentam a contratação em partes distintas, o que não é aplicável a este caso. Além disso, a menção à verba referencial deve ser alinhada ao subitem 5.2.2.4.5, que já estabelece os parâmetros de referência para os custos.

#### **Proposta de adequação:**

Que a redação do subitem 5.2.3.1.9 seja alterada para:

"Será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial prevista no subitem 5.2.2.4.5."

Essa alteração elimina o uso inadequado do termo "lote" e ajusta o texto à especificidade da licitação de serviços de publicidade, garantindo maior precisão e adequação técnica. Além disso, assegura a coerência interna do edital e facilita sua interpretação pelos participantes e pela comissão de julgamento.

### **4.3. Inclusão do Termo "Exibidos" nos Subitens 5.3.2.1 e 5.3.2.1.1**

A redação atual dos subitens 5.3.2.1 e 5.3.2.1.1 trata de peças publicitárias produzidas e veiculadas, mas não menciona explicitamente a exibição, que é uma etapa relevante no processo publicitário, especialmente no contexto de mídias audiovisuais. A inclusão do termo "exibidos" assegura maior abrangência e precisão na descrição do ciclo completo de execução das peças publicitárias.

#### **Proposta de adequação:**

- No subitem 5.3.2.1, que passe a constar:

"O Repertório traduz-se com a apresentação do conjunto de trabalhos efetivamente produzidos, veiculados/exibidos pela licitante..."

- No subitem 5.3.2.1.1, que passe a constar:

"... acompanhados, obrigatoriamente, de ficha técnica, com identificação da licitante, informando título, data ou período de veiculação/exibidos, o problema de comunicação que se propôs a resolver..."

#### **Justificativa:**



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Essa inclusão confere maior precisão técnica ao texto, refletindo de forma mais completa as etapas que envolvem a divulgação e utilização das peças publicitárias, garantindo a clareza para os licitantes e para a comissão de julgamento.

### **4.4. Correção da Numeração Omitida nos Subitens 5.5.9.6, 5.5.9.8 e 5.5.9.9**

O edital apresenta falhas na sequência numérica dos subitens relacionados ao item 5.5.9, conforme segue:

- Após o subitem 5.5.9.5, o 5.5.9.6 foi omitido;
- Após o subitem 5.5.9.7, os subitens 5.5.9.8 e 5.5.9.9 também foram omitidos.

Essas omissões prejudicam a integridade e a clareza do edital, deixando lacunas que podem gerar dúvidas entre os licitantes sobre a existência ou ausência de conteúdos aplicáveis. Essa inconsistência pode comprometer a transparência e o correto entendimento do certame.

#### **Proposta de adequação:**

1. Que sejam inseridos os subitens 5.5.9.6, 5.5.9.8 e 5.5.9.9, caso haja conteúdo aplicável a essas numerações.
2. Na ausência de conteúdo para os referidos subitens, que seja incluída uma nota explicativa justificando a ausência, para garantir a coerência lógica e a transparência do documento.

#### **Justificativa:**

A correção dessas omissões assegura que o edital seja completo, organizado e de fácil interpretação, evitando questionamentos desnecessários e promovendo a lisura e a eficiência do processo licitatório. A revisão desses pontos deve ser realizada de forma célere para não comprometer os prazos do certame.

## **5 - DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

### **5.1. Correções no Item 6.8 e Sequência Numérica Subsequente**

#### **1. Menção ao Subitem Inexistente no Item 6.8**

O item 6.8 faz referência ao "subitem 6.5.1.4", o qual não existe no edital, gerando dúvidas sobre o correto enquadramento das disposições relacionadas aos honorários da Agência de Propaganda. Essa inconsistência pode interferir diretamente na formulação da "Proposta de Preços" pelas licitantes, prejudicando a competitividade e a igualdade de condições no certame.

#### **Proposta de adequação:**

Que o subitem citado no item 6.8 seja revisado e corrigido para apontar ao subitem apropriado, ou que o texto seja reformulado para descrever explicitamente a regra relacionada aos honorários da Agência de Propaganda. A redação revisada poderia ser, por exemplo:

"Os honorários serão calculados conforme descrito no subitem [correto], aplicando-se os percentuais indicados sobre o valor faturado."

#### **Sequência Numérica após o Item 6.8**

Após o item 6.8, a sequência do edital apresenta um erro, pois salta diretamente para o item 8.9, omitindo o item 6.9. Essa irregularidade compromete a organização lógica e pode causar confusão na leitura e interpretação do edital.

#### **Proposta de adequação:**

Que o item 8.9 seja renumerado corretamente como 6.9, assegurando a sequência lógica e a integridade do documento.

### **5.2. Alteração no Item 6.12**

O item 6.12 do edital atualmente apresenta a seguinte redação:

"O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, excluindo-se os valores de não-mídia, produção e serviços internos, próprios de agência, os quais não ensejam o Desconto-Padrão de Agência."

A ausência da menção explícita ao "Veículo" pode causar ambiguidades na interpretação do texto, especialmente no que diz respeito à origem do desconto e sua aplicação.

#### **Proposta de adequação:**

Que o início da redação do item 6.12 seja alterado para:

"O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelo Veículo pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE..."

#### **Justificativa:**

Essa inclusão esclarece que o desconto-padrão de agência é oferecido diretamente pelos Veículos de comunicação e garante alinhamento com o art. 19 da Lei nº 12.232/2010. A alteração proporciona maior precisão técnica



e elimina interpretações errôneas sobre a origem e a natureza do desconto, promovendo maior transparência para as licitantes.

### **5.3. Alterações no Item 6.15 e Correção da Numeração**

#### **1. Inclusão de Esclarecimento no Item 6.15**

Na última linha do item 6.15, é fundamental incluir a expressão “relativas a seus empregados” para esclarecer que a CONTRATADA é responsável apenas pelos custos relacionados aos profissionais diretamente vinculados a ela. Essa inclusão reforça que a responsabilidade pelos custos de empregados ou profissionais de empresas fornecedoras, veículos e meios de divulgação não recai sobre a CONTRATADA.

#### **Proposta de adequação:**

Que o item 6.15 passe a constar com a seguinte redação:

"A CONTRATADA deverá comprovar, na data de entrega das propostas, a regularidade de sua situação fiscal e trabalhista, relativas a seus empregados, assumindo os custos dos profissionais que trabalham para ela e com ela, excluindo qualquer responsabilidade pelos custos de empregados ou profissionais de empresas fornecedoras, veículos e meios de divulgação."

#### **3. Correção da Duplicidade de Numeração no Item 6.15**

Há dois itens numerados como 6.15 no edital, o que cria inconsistências na organização e dificulta a compreensão dos dispositivos subsequentes.

#### **Proposta de adequação:**

Que o segundo item 6.15 seja renumerado para 6.16, ajustando, conseqüentemente, toda a seqüência numérica posterior. Essa modificação assegura a integridade e a coerência do edital.

#### **Justificativa Geral:**

As alterações propostas visam garantir maior clareza e precisão no edital, eliminando ambiguidades quanto às responsabilidades da CONTRATADA e corrigindo erros de numeração que podem comprometer a transparência e o entendimento do documento por parte das licitantes.

#### **5.4. Alteração no Subitem 6.15.3**

O texto atual do subitem 6.15.3 apresenta inconsistências quanto à temporalidade e à menção aos fornecedores, gerando dúvidas sobre a relação entre a CONTRATANTE, a CONTRATADA e os direitos autorais e conexos de terceiros.

#### **Proposta de adequação:**

Que a redação do subitem 6.15.3 seja alterada para:

"A CONTRATANTE poderá utilizar, após a vigência do contrato, os serviços que envolvam direitos de autor e conexos, desde que respeitados os termos da cessão dos mesmos, conforme previsto no subitem 6.15.4."

#### **Justificativa das alterações:**

1. "Após a vigência" ao invés de "durante a vigência":
2. O termo "durante a vigência" limita indevidamente o período de utilização dos serviços relacionados aos direitos autorais. A alteração para "após a vigência" reflete a possibilidade de utilização dos direitos cedidos, desde que respeitados os termos da cessão.
3. Eliminação de "ou fornecedores":
4. A responsabilidade pelo pagamento dos direitos de autor e conexos dos fornecedores é exclusivamente da CONTRATANTE, conforme estabelecido no subitem 6.15.4. Manter a referência a fornecedores no subitem 6.15.3 gera redundância e confusão, além de contrariar a divisão de responsabilidades definida no edital.

#### **Justificativa Geral:**

Essas alterações tornam o subitem 6.15.3 mais claro, alinhado às disposições do edital e à legislação aplicável, garantindo que a CONTRATANTE esteja ciente de suas obrigações e direitos na utilização dos serviços envolvendo direitos autorais e conexos.

#### **5.5. Revisão do Subitem 6.15.10**

O subitem 6.15.10 do edital faz referência ao subitem 5.1.5, que não existe no documento, criando inconsistência e falta de clareza quanto aos procedimentos a serem observados. Esse erro pode gerar dúvidas entre os licitantes sobre as exigências aplicáveis, comprometendo a transparência e a correta interpretação do edital.

#### **Proposta de adequação:**

1. Revisar o texto do subitem 6.15.10 para identificar o subitem correto ao qual a redação pretende remeter. Caso não haja subitem correspondente no edital, recomenda-se reformular a redação para incluir diretamente os procedimentos exigidos, eliminando a necessidade de remissão.

#### **Sugestão de texto revisado:**



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

"A CONTRATADA deverá observar os procedimentos relacionados à concepção, execução e distribuição de publicidade, conforme estabelecido nos subitens aplicáveis deste edital, respeitando as disposições legais e regulamentares."

### **Justificativa:**

Essa reformulação elimina a referência incorreta ao subitem inexistente, evitando confusões e garantindo que os licitantes compreendam claramente as exigências relacionadas aos procedimentos previstos no edital. Além disso, contribui para a integridade e a precisão do documento, em conformidade com os princípios da publicidade e da transparência.

### **5.6. Alteração no Subitem 6.15.11, Inciso II**

O inciso II do subitem 6.15.11 permite que a CONTRATANTE solicite cópia do material bruto produzido, sem qualquer ônus. Essa previsão é justa e alinhada ao interesse público, mas não considera situações em que a cópia solicitada precise ser adaptada ou convertida para mídias específicas, o que gera custos adicionais.

### **Proposta de adequação:**

Que o inciso II do subitem 6.15.11 seja alterado para incluir a seguinte redação ao final da terceira linha: "... mediante reembolso dos custos envolvidos."

### **Texto revisado:**

"II - A CONTRATANTE poderá solicitar cópia do material bruto produzido, sem qualquer ônus. No entanto, caso a cópia seja solicitada em mídia compatível com uso e destinação específicos, cuja produção envolva serviços adicionais, os custos correspondentes deverão ser reembolsados pela CONTRATANTE."

### **Justificativa:**

1. Respeito aos custos operacionais:

Produzir cópias em formatos específicos pode demandar serviços adicionais, como edição, conversão ou ajustes técnicos, que geram custos para a CONTRATADA ou fornecedores. É razoável que esses custos sejam reembolsados pela CONTRATANTE, evitando a imposição de encargos financeiros indevidos.

### **2. Preservação do equilíbrio contratual:**

Essa alteração garante que a relação entre as partes seja justa e equilibrada, protegendo a CONTRATADA de ônus não previstos e assegurando à CONTRATANTE o acesso ao material solicitado, desde que mediante o pagamento dos custos envolvidos.

A inclusão proposta traz maior precisão e equidade ao texto, preservando os direitos e obrigações de ambas as partes.

## **6 – DA HABILITAÇÃO**

### **6.1. Correção da Numeração no Subitem 7.13.3**

No edital, verifica-se que o subitem imediatamente subsequente ao 7.13.3 está numerado como 7.13.5, omitindo o subitem 7.13.4, o que compromete a sequência lógica e a clareza do documento.

### **Proposta de adequação:**

Que o subitem numerado como 7.13.5 seja renumerado para 7.13.4, e os demais subitens subsequentes sejam ajustados em conformidade para restabelecer a sequência correta.

### **Justificativa:**

#### **1. Organização e Coerência:**

A correção da numeração assegura a integridade e a clareza do edital, evitando confusões e garantindo que todas as disposições sejam devidamente compreendidas pelos participantes.

#### **2. Transparência:**

Erros de numeração podem gerar questionamentos ou interpretações equivocadas, prejudicando a credibilidade do processo licitatório. A correção reforça a conformidade do documento com os princípios da publicidade e da eficiência administrativa.

Essa modificação é indispensável para assegurar a correta leitura e interpretação do edital pelos licitantes e pela Comissão de Licitação.

### **6.2. Alteração no Subitem 7.13.5**

O subitem 7.13.5 trata de obrigações relacionadas à responsabilidade da CONTRATADA, mas não especifica que tais obrigações se limitam aos empregados ou profissionais diretamente vinculados a ela. Essa omissão pode gerar interpretações equivocadas, atribuindo à CONTRATADA responsabilidades que não lhe cabem, como aquelas relativas a empregados de fornecedores ou terceiros.

### **Proposta de adequação:**



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Que o texto do subitem 7.13.5 seja alterado para incluir, ao final da última linha, a expressão:  
"... relativamente a seus empregados/profissionais."

Texto revisado:

"A CONTRATADA deverá comprovar a regularidade de sua situação fiscal e trabalhista, bem como cumprir as obrigações legais e contratuais, relativamente a seus empregados/profissionais."

**Justificativa:**

### **1. Limitação da Responsabilidade:**

Especificar que a responsabilidade da CONTRATADA está limitada aos seus empregados ou profissionais evita interpretações que possam imputar encargos indevidos, como custos ou obrigações relacionados a empregados de fornecedores ou terceiros.

### **2. Preservação do Equilíbrio Contratual:**

A alteração assegura uma delimitação clara das obrigações, promovendo o equilíbrio entre as partes contratantes e reduzindo a possibilidade de conflitos interpretativos.

Essa inclusão promove maior clareza e segurança jurídica, alinhando o texto do edital às boas práticas contratuais e aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade.

### **6.3. Alteração no Subitem 7.14.2**

O subitem 7.14.2 exige comprovações relacionadas a tributos estaduais, mas não contempla a possibilidade de a CONTRATADA não ser contribuinte desses tributos, o que é uma situação comum para Agências de Propaganda. A ausência dessa previsão pode gerar dificuldades desnecessárias para o cumprimento das exigências do edital.

**Proposta de adequação:**

Que o subitem 7.14.2 seja alterado para incluir, ao final da única linha, a expressão:

"... ou Declaração de Não Contribuinte."

Texto revisado:

"A CONTRATADA deverá apresentar Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Estaduais ou Declaração de Não Contribuinte."

**Justificativa:**

#### **1. Adequação à Realidade das Agências de Propaganda:**

As Agências de Propaganda, em regra, não estão sujeitas à tributação estadual, sendo frequente a necessidade de apresentar uma declaração que ateste sua condição de não contribuinte.

#### **2. Evitar Prejuízos Desnecessários:**

A inclusão dessa previsão facilita o atendimento ao edital por parte das licitantes, evitando sua exclusão indevida do certame por exigências incompatíveis com sua realidade tributária.

Essa alteração promove maior clareza e razoabilidade, garantindo a ampla participação no processo licitatório e o respeito aos princípios da isonomia e da competitividade.

### **6.4. Exclusão da Exigência do Subitem 7.15.1**

O subitem 7.15.1 do edital exige a apresentação de atestado comprovando o investimento real de, no mínimo, R\$ 13 milhões, como critério de habilitação técnica.

Essa exigência é inadequada, restritiva e desprovida de fundamento legal, especialmente no contexto de prestação de serviços publicitários, pelas seguintes razões:

#### **a. A Agência de Propaganda não realiza investimentos próprios:**

O investimento em publicidade é efetuado pela CONTRATANTE, que realiza os pagamentos somente após a entrega dos serviços pela CONTRATADA. Exigir atestados de investimento real é incompatível com a natureza das atividades das Agências de Propaganda.

#### **b. A exigência é restritiva e fere o princípio da isonomia:**

A exigência de comprovação de um valor mínimo de R\$ 13 milhões como critério de qualificação técnica impede a participação de Agências bem estruturadas e altamente qualificadas que, apesar de não possuírem contratos de igual vulto, demonstram excelência técnica e criatividade. Essa limitação cria uma barreira injustificada e anticompetitiva, ferindo o princípio da isonomia, previsto no artigo 3º da Lei nº 14.133/2021.

#### **c. O CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DO CENP é o critério adequado:**

Conforme o artigo 4º da Lei nº 12.232/2010, a qualificação técnica de Agências de Propaganda deve ser atestada pelo Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão). Esse certificado, obtido após rigorosa auditoria, é o instrumento legal e suficiente para verificar a capacidade técnica e a regularidade das Agências, eliminando a necessidade de comprovação de investimentos irreais para sua natureza de atuação.

**Proposta de adequação:**



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

Que o subitem 7.15.1 seja alterado para eliminar a exigência de atestados comprovando investimentos reais mínimos, substituindo-a pela apresentação do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo CENP, conforme previsto no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010.

Texto sugerido:

"7.15.1. A comprovação de qualificação técnica será realizada mediante a apresentação do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo CENP, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/2010."

**Justificativa:**

1. Compatibilidade com a legislação:

A exigência de atestados de investimento real carece de previsão legal e contraria as disposições específicas da Lei nº 12.232/2010.

2. Evitar restrições indevidas:

A eliminação da exigência de investimentos mínimos amplia a competitividade e promove a participação de Agências qualificadas, independentemente do volume financeiro de contratos anteriores.

3. Adequação técnica:

O Certificado do CENP é suficiente para assegurar a capacidade técnica e a qualidade dos serviços prestados pelas Agências, cumprindo o objetivo do edital sem ferir os princípios da legalidade, isonomia e competitividade.

Essa alteração é indispensável para garantir um processo licitatório justo, transparente e conforme os ditames legais.

## 7 – DA ABERTURA DOS ENVELOPES E PROCEDIMENTOS

### 7.1. Alteração no Item 8.6, Alínea “a”

O item 8.6, alínea “a”, refere-se à abertura das propostas de preços das licitantes, mas não especifica que apenas as licitantes classificadas na Proposta Técnica terão seus envelopes de preços abertos. Essa inclusão é necessária para adequar o edital aos termos do artigo 11, incisos IX e X, da Lei nº 12.232/2010, que regula a análise e julgamento de propostas em licitações de serviços publicitários.

**Proposta de adequação:**

Que a alínea “a” do item 8.6 seja alterada para incluir a expressão:

"... classificadas na Proposta Técnica..."

Texto revisado:

"a) Abertura dos envelopes nº 4, contendo as Propostas de Preços das licitantes presentes, classificadas na Proposta Técnica, nos termos do artigo 11, incisos IX e X, da Lei nº 12.232/2010."

**Justificativa:**

1. Conformidade com a legislação específica:

O artigo 11 da Lei nº 12.232/2010 estabelece que a análise das propostas de preços (Envelope nº 4) deve ser restrita às licitantes que tenham sido previamente classificadas na fase de avaliação técnica, garantindo que apenas as propostas tecnicamente qualificadas avancem para a etapa de avaliação econômica.

2. Maior clareza e segurança jurídica:

A inclusão da expressão "classificadas na Proposta Técnica" evita interpretações equivocadas e reforça o entendimento de que apenas as licitantes que atenderem aos critérios técnicos poderão participar da fase de abertura das propostas de preços.

Essa alteração promove a legalidade, a transparência e a eficiência no julgamento das propostas, alinhando o edital aos princípios da isonomia e da competitividade.

### 7.2. Correção da Numeração Duplicada no Item 8.2

O edital apresenta dois itens numerados como 8.2, sendo o segundo localizado após o item 8.10. Essa duplicidade compromete a organização e pode causar confusões na interpretação do documento.

**Proposta de adequação:**

Que o segundo item numerado como 8.2 seja renumerado para 8.11, corrigindo a sequência e garantindo a coerência estrutural do edital.

**Justificativa:**

1. Organização e Clareza:

A numeração duplicada prejudica a clareza do edital, tornando difícil para os licitantes localizar as informações e compreender a sequência lógica do documento.

2. Conformidade e Eficiência:



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

A correção garante a uniformidade e a consistência do texto, promovendo maior transparência e facilitando a interpretação pelos interessados.

Essa alteração é essencial para preservar a integridade do edital e evitar questionamentos desnecessários durante o certame.

### 8 – DAS SANÇÕES

#### 8.1. Alteração no Subitem 11.1.4

O subitem 11.1.4 faz menção à expressão “ou a ata de registro de preços”, que é inaplicável à prestação de serviços publicitários. A inclusão desse termo gera inadequação e confusão, considerando que os serviços de publicidade, regidos pela Lei nº 12.232/2010, não utilizam o sistema de registro de preços como modalidade de contratação.

##### **Proposta de adequação:**

Que a redação do subitem 11.1.4 seja revisada para eliminar a expressão “ou a ata de registro de preços”.

Texto revisado:

"11.1.4. A CONTRATANTE poderá revogar a licitação ou anular o contrato, respeitados os termos da legislação aplicável, desde que constatada irregularidade ou prejuízo ao interesse público."

##### **Justificativa:**

1. Inadequação técnica:

O sistema de registro de preços não se aplica a contratos de serviços publicitários, que demandam contratações específicas e individualizadas para cada projeto. A referência ao registro de preços é incompatível com a natureza do objeto licitado.

2. Maior clareza e alinhamento normativo:

A eliminação do termo evita interpretações equivocadas e alinha o texto do edital à legislação pertinente, preservando a clareza e a segurança jurídica.

Essa alteração torna o edital mais preciso e adequado às características dos serviços de publicidade, promovendo transparência e eficiência no processo licitatório.

#### 8.2. Alteração no Subitem 11.3.1.1

O edital apresenta dois subitens numerados como 11.3.1.1, ambos tratando de uma mesma matéria, o que gera redundância e inconsistência na organização do texto.

Em vez de renumerar todo o restante do documento, é possível conjugar os textos de ambos os subitens, consolidando as informações em um único dispositivo.

##### **Proposta de adequação:**

Que os dois subitens 11.3.1.1 sejam combinados, eliminando a numeração do segundo, com o texto final consolidado conforme segue:

"11.3.1.1. A CONTRATANTE poderá exigir, a qualquer momento, informações complementares e comprovações adicionais que julgar necessárias para a fiscalização do cumprimento das obrigações contratuais, respeitando os limites da legislação aplicável e os direitos da CONTRATADA."

##### **Justificativa:**

1. Eliminação de redundâncias:

A conjugação dos textos evita repetições desnecessárias, tornando o edital mais objetivo e organizado.

2. Preservação da sequência numérica:

A exclusão da numeração do segundo subitem elimina a necessidade de renumerar todo o documento subsequente, simplificando a revisão do edital.

Essa alteração promove maior clareza e coesão, assegurando que o documento seja fácil de interpretar e tecnicamente adequado.

#### 8.3. Exclusão dos Subitens 11.3.2.1, 11.3.3.4 e 11.3.4.5

Os subitens 11.3.2.1, 11.3.3.4 e 11.3.4.5 apresentam disposições que não são pertinentes à prestação de serviços publicitários, considerando a natureza intelectual, criativa e metodológica das atividades desempenhadas por Agências de Propaganda. Esses subitens trazem exigências que fogem ao escopo de serviços publicitários e podem gerar interpretações equivocadas ou incompatíveis com o objeto licitado.

##### **Proposta de exclusão:**

Que os subitens 11.3.2.1, 11.3.3.4 e 11.3.4.5 sejam integralmente eliminados do edital, considerando sua inaplicabilidade ao contexto da licitação para serviços de publicidade.

##### **Justificativa:**



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

### 1. Incompatibilidade com a natureza dos serviços publicitários:

Os serviços publicitários são caracterizados pela criação intelectual e desenvolvimento metodológico, que não exigem as disposições específicas previstas nos subitens mencionados. Essas exigências são mais aplicáveis a contratações operacionais ou de bens materiais, e não a atividades criativas.

### 2. Evitar exigências excessivas ou restritivas:

A manutenção desses subitens pode impor obrigações desnecessárias às Agências de Propaganda, comprometendo a eficiência e a transparência do processo licitatório.

### 3. Conformidade com a legislação:

A exclusão está em alinhamento com o princípio da razoabilidade e com as disposições da Lei nº 12.232/2010, que regula as contratações de serviços de publicidade.

Essa exclusão é essencial para garantir que o edital reflita com precisão o objeto licitado e evite distorções no julgamento e na execução dos serviços contratados.

## 9 - DA CONTRATAÇÃO

### 9.1. Alteração no Item 12.1

O item 12.1 fixa um prazo de cinco dias úteis, mas não especifica a data de início da contagem, o que pode gerar dúvidas e interpretações conflitantes. Para garantir clareza e segurança jurídica, é necessário indicar que o prazo será contado a partir da data da notificação.

#### **Proposta de adequação:**

Que a redação do item 12.1 seja alterada para:

"A CONTRATADA deverá cumprir as determinações da CONTRATANTE no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da notificação, salvo disposição em contrário."

#### **Justificativa:**

##### 1. Definição clara do termo inicial:

Indicar a data da notificação como o marco inicial elimina ambiguidades, assegurando que as partes envolvidas tenham entendimento uniforme sobre o prazo.

##### 2. Segurança jurídica e previsibilidade:

Essa inclusão promove maior clareza, garantindo que o edital esteja alinhado com os princípios da publicidade e eficiência, além de evitar potenciais questionamentos sobre prazos.

##### 1. Incompatibilidade com a natureza dos serviços publicitários:

Os serviços publicitários são caracterizados pela criação intelectual e desenvolvimento metodológico, que não exigem as disposições específicas previstas nos subitens mencionados. Essas exigências são mais aplicáveis a contratações operacionais ou de bens materiais, e não a atividades criativas.

##### 2. Evitar exigências excessivas ou restritivas:

A manutenção desses subitens pode impor obrigações desnecessárias às Agências de Propaganda, comprometendo a eficiência e a transparência do processo licitatório.

##### 3. Conformidade com a legislação:

A exclusão está em alinhamento com o princípio da razoabilidade e com as disposições da Lei nº 12.232/2010, que regula as contratações de serviços de publicidade.

Essa exclusão é essencial para garantir que o edital reflita com precisão o objeto licitado e evite distorções no julgamento e na execução dos serviços contratados.

## 9 - DA CONTRATAÇÃO

### 9.1. Alteração no Item 12.1

O item 12.1 fixa um prazo de cinco dias úteis, mas não especifica a data de início da contagem, o que pode gerar dúvidas e interpretações conflitantes. Para garantir clareza e segurança jurídica, é necessário indicar que o prazo será contado a partir da data da notificação.

#### **Proposta de adequação:**

Que a redação do item 12.1 seja alterada para:

"A CONTRATADA deverá cumprir as determinações da CONTRATANTE no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da notificação, salvo disposição em contrário."

#### **Justificativa:**

##### 1. Definição clara do termo inicial:



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Indicar a data da notificação como o marco inicial elimina ambiguidades, assegurando que as partes envolvidas tenham entendimento uniforme sobre o prazo.

### 2. Segurança jurídica e previsibilidade:

Essa inclusão promove maior clareza, garantindo que o edital esteja alinhado com os princípios da publicidade e eficiência, além de evitar potenciais questionamentos sobre prazos.

## 10 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

### 10.1. Correção da Numeração no Subitem 13.15

O subitem 13.15 está incorretamente numerado, uma vez que a sequência lógica do edital indica que ele deveria ser numerado como 13.14. Esse erro pode causar confusão na leitura e interpretação do documento.

#### **Proposta de adequação:**

Que o subitem 13.15 seja renumerado para 13.14, ajustando a sequência numérica do capítulo correspondente e garantindo a coerência estrutural do edital.

#### **Justificativa:**

##### 1. Organização e Coerência:

A numeração errada prejudica a fluidez do texto e pode dificultar a localização e compreensão dos itens pelos participantes do certame.

##### 2. Evitar Interpretações Equivocadas:

A correção assegura que todos os subitens estejam devidamente sequenciados, eliminando qualquer dúvida sobre a ordem ou conteúdo das disposições.

Essa alteração é simples, mas essencial para garantir a integridade do edital e evitar questionamentos ou dificuldades durante o processo licitatório.

## 11 - ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

### 11.1. Alterações e Exclusões no Termo de Referência

Segue a análise e propostas de adequação para as inconsistências apontadas no Termo de Referência, com a devida fundamentação técnica:

#### **a. Subitem 7.9.1:**

• Proposta: Eliminar o subitem.

• Justificativa: O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada é cópia exata do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada. Como a via identificada permite a identificação da autoria, conforme previsto no item 8.5, alíneas “b” e “c” do edital, sua exigência é redundante e compromete o sigilo previsto.

#### **b. Item 10.1:**

• Proposta: Corrigir a exigência de apresentação da Proposta Técnica em três envelopes:

o Envelope 1: Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada;

o Envelope 2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada;

o Envelope 3: Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

• Justificativa: Essa organização está alinhada ao artigo 9º, caput, da Lei nº 12.232/2010. A correção deve ser aplicada tanto no Termo de Referência quanto no edital.

#### **c. Item 15.7:**

• Proposta: Alterar o item para exigir comprovação de patrimônio líquido mínimo apenas das licitantes que não apresentarem os índices ILC e ILG superiores a 1,00, conforme o item 15.8. Redação sugerida:

"... caso não sejam atendidos os índices mencionados no item 15.8, nos percentuais estabelecidos."

• Justificativa: Exigir essa comprovação de todas as licitantes é condição restritiva e contrária à natureza da prestação de serviços publicitários. O item 15.16 deve ser eliminado, pois se torna desnecessário.

#### **d. Item 15.18:**

• Proposta: Revisar a redação para excluir a exigência de antecipação de pagamentos pela CONTRATADA, que é proibida legalmente.

• Justificativa: A CONTRATADA atua por conta e ordem da CONTRATANTE e não financia campanhas, conforme disposto no item 1.3 do edital e no artigo 3º da Lei nº 4.680/1965.

#### **e. Item 18.9:**

• Proposta: Excluir ou corrigir a referência ao subitem 7.15.7, inexistente no Termo de Referência.

• Justificativa: A referência está incorreta, prejudicando a clareza do documento.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

### **f. Item 19.7 e 19.17:**

- Proposta: Substituir a expressão “... às suas expensas...” por “... sem ônus para a CONTRATANTE...”.
- Justificativa: A CONTRATADA toma providências legais para correção de vícios, mas os custos são absorvidos pelos fornecedores responsáveis, não pela CONTRATADA.

### **g. Item 19.8:**

- Proposta: Eliminar o item.
- Justificativa: Não se aplica à presente licitação.

### **h. Itens 21.5 e 21.18:**

- Proposta: Eliminar ambos os itens.
- Justificativa: São inaplicáveis à prestação de serviços de publicidade.

### **i. Item 22 – Critérios de Pagamento:**

- Proposta: Substituir pelo texto da Cláusula 9ª do Anexo II – Minuta do Contrato.
- Justificativa: O texto da Cláusula 9ª é o correto e adequado aos critérios de pagamento para serviços publicitários.

### **j. Subitem 24.1.1:**

- Proposta: Eliminar o trecho: “... além de fornecer e utilizar os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade mínimas verificadas na proposta técnica e em cumprimento ao Edital”.
- Justificativa: Não diz respeito ao objeto da licitação.

### **k. Subitem 24.1.10:**

- Proposta: Eliminar o subitem.
- Justificativa: Inaplicável à prestação de serviços publicitários.

### **l. Subitens 24.1.19, 24.2.1 e 24.2.2:**

- Proposta: Eliminar os subitens.
- Justificativa: Não são pertinentes à natureza dos serviços licitados.

### **m. Subitens 25.6.3 e 25.6.4:**

- Proposta: Eliminar os subitens.
- Justificativa: Inaplicáveis ao objeto da licitação.

### **n. Item 26.17:**

- Proposta: Substituir “... pela Administração do PJSC...” por “... pela Administração da ALERO...”.
- Justificativa: Correção necessária para adequar a referência à entidade responsável.

Essas alterações são indispensáveis para adequar o Termo de Referência à realidade dos serviços publicitários e à legislação aplicável, promovendo maior clareza, transparência e legalidade no processo licitatório.

## **12 - ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO**

### **12.1. Alterações e Exclusões na Minuta do Contrato (Anexo II)**

Seguem as análises e propostas de ajustes na Minuta do Contrato, com justificativas e adequações necessárias:

#### **a. Subitem 5.1.5:**

- Proposta: Inserir o subitem 5.1.6 para corrigir a sequência lógica e garantir a conexão textual. Caso não haja conteúdo para o subitem, incluir uma nota explicativa de sua inexistência.
- Justificativa: A ausência do subitem 5.1.6 interrompe a continuidade do texto, além de causar confusão na referência feita pelo subitem 5.1.6.5, que remete a um item inexistente.

#### **b. Subitem 5.1.9:**

- Proposta: Substituir a menção ao item 11.5 por aquele que realmente aborda a comprovação da divulgação das peças/materiais publicitários. O mesmo ajuste deve ser feito no subitem 5.1.10 para corrigir a referência ao item 11.4.
- Justificativa: As menções aos itens 11.5 (SANÇÃO) e 11.4 (MULTA) não são pertinentes ao contexto do subitem. Citar o item correto garante clareza e evita confusões.

#### **c. Item 7.5:**

- Proposta: Alterar a redação para: “... por terceiros contratados...”
- Justificativa: A Agência de Propaganda atua em nome e por ordem da CONTRATANTE, sendo que os contratados para os serviços são vinculados diretamente à CONTRATANTE. Isso é coerente com a legislação e prática do setor publicitário.

#### **d. Item 8.4:**

- Proposta: Eliminar a remissão ao subitem 8.8.3, inexistente na Minuta de Contrato.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

- Justificativa: Citar subitens inexistentes compromete a clareza do documento e a legalidade do contrato.

### **e. Item 8.6:**

- Proposta: Eliminar o trecho: "... impressa pela FENAPRO".

• Justificativa: A FENAPRO, enquanto entidade sindical de abrangência nacional, não é responsável por imprimir tabelas referenciais, especialmente considerando a participação de Agências em Estados sem sindicatos próprios. A referência é imprática e desnecessária.

### **f. Item 8.11:**

• Proposta: Acrescentar ao final da 4ª linha: "... relativamente aos empregados e profissionais que nela trabalham".

• Justificativa: Essa inclusão delimita de forma clara as obrigações da CONTRATADA, evitando interpretações equivocadas sobre a abrangência de suas responsabilidades.

### **g. Subitem 8.12.2:**

• Proposta: Substituir as referências aos subitens 6.5.3.1 a 6.5.3.4 por aqueles que realmente definem as modalidades de remuneração.

- Justificativa: Citar subitens inexistentes confunde os licitantes e prejudica a aplicação do contrato.

### **h. Item 9.1, Inciso II:**

- Proposta: Alterar para: "... emitida em nome e com o CNPJ da CONTRATANTE".

• Justificativa: Especificar essa exigência reflete a prática do setor e garante maior precisão técnica no cumprimento das obrigações contratuais.

### **i. Item 9.2, Inciso II, Alínea "c":**

• Proposta: Corrigir a referência ao inexistente inciso III do item 9.5, indicando o item correto ou ajustando o texto para citar diretamente o "relatório de checagem".

- Justificativa: O texto deve ser claro e consistente, sem remissões incorretas ou desnecessárias.

### **j. Item 9.4 e Subitem 9.2.2:**

• Proposta: Substituir a referência à inexistente alínea "d" do inciso II do item 9.2 por aquela que realmente se aplica ao contexto.

- Justificativa: A correção elimina ambiguidades e alinha o texto ao conteúdo efetivamente existente no contrato.

### **k. Subitem 9.4.2:**

• Proposta: Revisar o texto para incluir o inciso II no subitem 9.4.1, além de corrigir as menções aos demais incisos, alinhando-os ao conteúdo real do subitem 9.4.1.

• Justificativa: Garantir que todos os incisos mencionados existam e sejam aplicáveis promove clareza e evita inconsistências interpretativas.

Essas alterações asseguram a clareza, coerência e alinhamento da Minuta do Contrato (Anexo II) às normas aplicáveis e à prática do setor publicitário, além de garantir maior segurança jurídica às partes envolvidas.

## **13 - ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS**

### **3.1. Alterações no Anexo (Cláusulas 14.3 e 14.9)**

#### **a. Item 14.3:**

- Proposta de alteração:

1. Substituir a expressão "... durante a vigência deste contrato..." por "... após a vigência deste contrato...".

2. Eliminar a expressão "... ou fornecedores..." da segunda linha.

- Texto revisado:

"14.3. A CONTRATANTE poderá utilizar, após a vigência deste contrato, os serviços e materiais produzidos, desde que observadas as disposições legais aplicáveis, excluindo os valores relacionados à cessão de direitos, conforme previsto no item 14.4 da Proposta de Preços – Anexo III."

- Justificativa:

1. Tempo de utilização: A utilização de serviços e materiais durante a vigência do contrato já está coberta pela remuneração da CONTRATADA. Somente após a vigência do contrato é que se aplica o direito à utilização, mediante as condições de cessão previstas.

2. Exclusão de "ou fornecedores": Essa exclusão é necessária, pois a hipótese está adequadamente tratada no item 14.4 da Proposta de Preços, evitando redundâncias desnecessárias.

#### **b. Item 14.9:**

- Proposta de alteração:

Incluir, ao final da segunda linha, a frase: "... se prevista no orçamento conforme item 14.4, acima."



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

- Texto revisado:

"14.9. A reprodução de materiais produzidos pela CONTRATADA, por parte da CONTRATANTE, será permitida, desde que observadas as disposições legais e contratuais e se prevista no orçamento conforme item 14.4, acima."

- Justificativa:

Essa inclusão assegura que os custos associados à reprodução estejam previamente orçados e previstos no contrato, respeitando os princípios da transparência e do equilíbrio financeiro entre as partes.

Essas alterações promovem maior precisão e alinhamento das cláusulas do Anexo às práticas do setor publicitário e às disposições contratuais e legais aplicáveis, assegurando clareza, segurança jurídica e justa remuneração à CONTRATADA.

### 14 - ANEXO VIII – ALÍNEA “D” – DECLARAÇÃO DE INTEGRALIDADE DOS CUSTOS

#### 14.1. Alteração na Última Linha

- Proposta de alteração:

Incluir, ao final da última linha, a expressão:

"... relativamente aos empregados e profissionais que para ela trabalham."

- Texto revisado:

"A CONTRATADA deverá comprovar a regularidade de sua situação fiscal e trabalhista na data da entrega das propostas, relativamente aos empregados e profissionais que para ela trabalham."

- Justificativa:

1. Limitação de Responsabilidade: A inclusão da ressalva delimita claramente que a CONTRATADA é responsável apenas pelos custos trabalhistas de seus próprios empregados e profissionais, excluindo qualquer responsabilidade pelos custos de fornecedores e veículos contratados por conta e ordem da CONTRATANTE.

2. Segurança Jurídica: Essa alteração evita interpretações equivocadas que poderiam gerar disputas ou questionamentos sobre obrigações trabalhistas alheias à CONTRATADA.

Essa modificação reforça o equilíbrio contratual e protege as partes de interpretações que extrapolem suas obrigações legais.

### 15 - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 0292153/2024 – ALE/SECOM/PUBLICIDADE

#### 15.1. Alterações e Exclusões no ETP

##### a. Subitem 8.3.7:

- Proposta de exclusão:

Eliminar o subitem 8.3.7.

- Justificativa:

1. Incompatibilidade territorial: A FENAPRO é uma entidade sindical de âmbito nacional, com sede em São Paulo, e não possui relação direta com Rondônia, conforme mencionado no subitem.

2. Aplicabilidade restrita da tabela: A Tabela Referencial de Preços emitida pela FENAPRO é válida apenas para Estados que não possuem sindicatos de Agências de Propaganda. Se Rondônia não dispõe de um sindicato, não é possível exigir autenticação da tabela referencial por tal entidade inexistente.

##### b. Subitem 8.4.2 – Regularidade Fiscal, alínea “c”:

- Proposta de alteração:

Incluir, ao final da última linha, a ressalva:

"... ou de NÃO CONTRIBUINTE."

- Texto revisado:

"c) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Estaduais ou de NÃO CONTRIBUINTE."

- Justificativa:

1. Natureza tributária: Agências de Propaganda geralmente não são contribuintes de tributos estaduais, estando sujeitas apenas a tributos federais e municipais.

2. Evitar exclusão indevida: A inclusão da ressalva garante que as Agências possam participar do certame sem prejuízo devido a exigências incompatíveis com sua realidade fiscal.

##### c. Item 8.9 – Sustentabilidade Ambiental:

- Proposta de exclusão:

Eliminar o item 8.9.

- Justificativa:



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

1. Incompatibilidade com o objeto: A exigência de práticas de sustentabilidade ambiental não é aplicável aos serviços intelectuais publicitários prestados por intermédio de Agências de Propaganda, cuja atuação não envolve impacto ambiental direto.

2. Simplicidade e relevância: A manutenção de tal item introduz exigências desnecessárias, desviando o foco do edital para obrigações que não guardam relação com a natureza do objeto contratado.

Essas alterações promovem maior precisão, adequação técnica e compatibilidade do ETP com a realidade do setor publicitário, evitando exigências desproporcionais ou inaplicáveis e assegurando a transparência e a competitividade do certame.

## II. DA FUNDAMENTAÇÃO

Por se tratar de insurgências contra requisitos estritamente técnicos relativos ao objeto, o pedido foi submetido a unidade requisitante que instada a se manifestar, em resposta, informou o que segue:

### DOS APONTAMENTOS DA EMPRESA FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIA DE PROPAGANDA - FENAPRO;

### DAS CORREÇÕES MATERIAIS E ESCLARECIMENTOS

Acatando pedido da impugnante, foram corrigidas as numerações após o subitem 1.7.1 e excluído o subitem 1.12, considerando o valor da verba ser superior aos tetos das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e em decorrência, o subitem 2.6.4.

Desnecessário substituir a palavra custo pela palavra valor no item 2.1, é uma questão semântica que não afeta a formulação das propostas pelas licitantes, e a palavra custo se coaduna com a Lei 4.320/1964 e com a Lei 14.133/2021, pois essa contratação de forma global representa um custo para a Administração (art. 47, §1, II).

Acata-se também o pedido de exclusão dos subitens 2.6.1.1 a 2.6.3 pois repetem os subitens 1.7.1 a 1.8.1, e dessa forma o item 2.6 - Das Condições de Participação, fica totalmente excluído.

Corrigidas as numerações antes do subitem 3.1.1.1.3.5 e alterado para Comissão Especial de Licitação no item 3.1.1.1.5, sendo desnecessário acrescentar as palavras "ideia criativa" no final do subitem 3.1.1.2.2, já que não existem outras peças no Plano de Comunicação Publicitária. Alteradas as numerações após o subitens 5.2.2.4.5.

Esclarece-se que na Tabela Única, a linha Mídia deve ser a soma dos valores brutos dos Meios acima, inseridos na coluna Mídia. E substituiu-se a palavra lote no item 5.2.3.1.9 por prevista no subitem 5.2.2.4.5. Acrescentamos a palavra EXIBIÇÃO no subitem 5.3.2.1 e a palavra EXIBIDO no subitem 5.3.2.1.1. Foram ajustados os subitens após subitem 5.5.9.5.

Substituiu-se o subitem 6.5.1.4 pelo subitem 6.5.3.2 no contexto do subitem 6.8, sem qualquer repercussão para a formalização das propostas. Substitui-se a numeração do subitem 8.9 para 6.9, após o subitem 6.8.

Acrescentou-se no subitem 6.12 a palavra veículo, ficando concedido pelo veículo à CONTRATADA. No subitem 6.14 acrescentou-se ao final, o texto relativos a seus empregados. após entrega das propostas. No subitem 6.15.3 substitui-se a palavra durante pela palavra após, ficando após a vigência deste contrato. Fica mantida a palavra fornecedores no final do subitem 6.15.3, considerando que estes já foram remunerados, assim como todos os envolvidos. No texto do item 6.15.10 substituiu-se o subitem 5.1.5 DO CONTRATO

Fica mantido o texto do subitem 6.15.11, II, portanto, a contratada dever arcar com todos os custos provenientes das cópias que venham a ser solicitadas, conforme consta do Edital. Trata-se de um custo não frequente e irrelevante diante do valor da contratação.

Foram reenumerados os subitens após o subitem 7.13.3. Fica mantido o texto do item 6.14.2, pois não se trata de a condição tributária da licitante e sim de sua regularidade, ou seja, existência de débitos, inscritos ou não na Dívida Ativa do Estado.

### DA HABILITAÇÃO TÉCNICA

Fica mantido o subitem 7.15.1 pelas razões já expostas no item 16.6 do Termo de Referência, estando claro que a habilitação técnica e a econômico-financeira não são medidas restritivas mas de proteção ao Erário, conforme a legislação pátria. Não se pode entregar um contrato que envolve soma tão alta para uma empresa, mesmo que teoricamente tenha alto nível de criatividade, se não tem experiência e habilidades operacionais que envolvam a gestão de tais valores. É simplificar demais e menosprezar os vultuosos recursos envolvidos pela singela alegação de que o



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

investimento é da contratante, esquecendo-se da cláusula del credere e de que o valor bruto do contrato é repassado todo para a conta bancária da contratada. E esquecendo-se que o próprio CENP faz distinção de agências por grupos, dando a cada um seu devido valor, com os respectivos ônus, dependendo do quanto cada associado movimentar em verbas. A licitante é avaliada pelo conjunto de suas habilidades e não por apenas uma delas, como se verifica em inúmeros editais de publicidade de órgãos públicos em todo o país, e até em empresas privadas.

Além do mais, vale destacar que a Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia - ALE não está obrigada a adquirir bens e contratar serviços que não atendam às suas necessidades, razão pela qual, poderão ser admitidos parâmetros técnicos no que se refere às contratações públicas, baseados em critérios objetivos, destinados a avaliarmos se os objetos da pretensa contratação atendem ao interesse público. Há que se observar que não se resume a eficiência numa licitação à participação irrestrita de licitantes, nem tão pouco do menor preço apresentado, mas sim, na aquisição ou contratação de bens ou profissionais que de fato, cumpram suas finalidades de forma competente, atingindo assim, o fim para que foram solicitados, sendo isto, a eficácia da licitação. Não pode a Administração, a seu bel prazer, delimitar a competitividade criando, sem critérios técnicos e legais, limites para participação. O que a Lei de Licitações veda e os Tribunais de Contas condenam, em especial o TCU, é a preferência por determinada marca e sua indicação sem a devida justificativa técnica nos autos. Assim, verifica-se que não houve qualquer exagero ou irregularidade nas exigências do Edital, mas tão somente foram dispostas as necessidades da ALE, considerando que a descrição do objeto da pretensa contratação faz constar requisitos que permitem que sejam aceitas propostas que atendam às exigências específicas do Edital, observada a legislação e o art. 67, II, e § 2º, da Lei nº 14.133/2021.

A CF de 1988, em seu inciso XXI, além da obrigatoriedade da realização de licitação pública para a contratação de obras, serviços, compras e alienações, ressalvados casos específicos, assegurada a igualdade de condições a todos os concorrentes, destacou que as exigências de qualificação técnica e econômica estabelecidas sejam apenas aquelas indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações. Ressaltamos que é dever do Administrador Público proteger a Administração e principalmente o patrimônio público. Para tal, deve o instrumento convocatório prever exigências que, efetivamente, tragam maior segurança ao erário, sem restringir, desnecessariamente, o caráter competitivo do certame, conforme previsto no art. 37, inciso XXI da Constituição Federal de 1988. O Tribunal de Contas da União proferiu que ao produzir e divulgar o ato convocatório, a Administração exercita juízos de conveniência e oportunidade sobre a forma de contratação, os requisitos de participação e os critérios de julgamento para seleção do vencedor (Súmula 473, STF, Acórdão TCU 2099/2011-Plenário).

Assim, para garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, de maneira a assegurar oportunidade igual a todos os interessados e a possibilitar o comparecimento ao certame do maior número possível de concorrentes, e obedecidas as condições de garantia de segurança para a execução contratual, culminando em sua eficácia, e impedir prejuízos ao Erário, deve ser mantida a habilitação técnica e econômico-financeira, nos termos do Edital (Licitações e Contratos: Orientações e Jurisprudência do TCU, p. 572).

### **DA ABERTURA DOS ENVELOPES E PROCEDIMENTOS**

Acrescentou ao item 8.6., b) após Envelope nº 4, o texto: das licitantes classificadas na Proposta Técnica. Alterou-se o número 8.2 que se encontra após o subitem 8.10 para subitem 8.11. Excluiu-se do subitem 11.1.4 o texto: ou a ata de registro de preços. Alterou-se o número repetido do segundo subitem 11.3.11 para 11.3.12. Eliminou-se os subitens 11.3.2.1, 11.3.3.4 e 11.3.3.5, ajustando-se a numeração subsequente. O subitem 11.13 permanece inalterado, aplicando-se a legislação, conforme determinado. A numeração do item 13.15 foi alterada para item 13.14. A numeração do item 18 - Dos Anexos, foi alterada para item 14 - Dos Anexos e o subitem para 14.1.

### **DO TERMO DE REFERÊNCIA**

Excluiu-se o item 7.9.1 pelas razões apresentadas, já que o Envelope 2 é o que de fato deverá constar os dados da licitante para fins de identificação com o Envelope 1, no momento oportuno. O subitem 10.1 permanece inalterado já que é um detalhamento sobre como deve ser a apresentação da Proposta Técnica não sendo mais necessário repetir que o Envelope 2 é uma cópia do Envelope 1, seguindo-se, então, com as instruções sobre os dois envelopes, o Envelope 1 e Envelope 3. O item item 15.7 e item 15.16 permanecem inalterados, pelas circunstâncias já expostas, quanto à garantia de proteção do Erário. No item 15.18 substituiu-se pagamento de subcontratados pelo texto: custos operacionais de sua estrutura, mantendo-se o restante sem alteração.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Alterou-se o número dos itens 7.15.6 e 7.15.7 mencionados no item 18.9, para itens 18.6 e 18.8. No item 19.7, substituiu-se às suas expensas pelo texto: sem ônus para a CONTRATANTE. Foram excluídos os itens 19.8, 21.5 e 21.18 e ajustada as numerações subsequentes.

O item 22 - Critério de Pagamento, foi substituído pelo seguinte texto:

Cláusula Nona - Liquidação e Pagamento de Despesas - que consta do Anexo II do Edital, que é a Minuta do Contrato)

9.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ n , da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco ..... agência ....., conta corrente n. ....bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal que trata o item 11.5.1.

II – A Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo emitida em nome e com o CNPJ da CONTRATANTE ;

III – Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

9.1.1. O Gestor deste Contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

9.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – serviços executados pela CONTRATADA;

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 9.1.

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 9.1.

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 9.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 9.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação Publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 9.1; veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 9.1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 9.5.

9.2.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do subitem 9.2.

9.2.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “d” do subitem 9.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

9.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo Gestor e Comissão de Fiscalização do Contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

9.3. O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 9.1 e 9.2

9.4. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do subitem 9.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Exemplar original de revista;

II – Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

9.4.1. Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

I – TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dias e horário da veiculação;

I.1) como alternativa do procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e II deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

### III – Mídia Exterior:

III.1. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III.2. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III.3. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

IV – internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

9.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 9.4.1. serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

9.5. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, mensalmente, conforme o caso, o Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços

– FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos, das Secretarias de Fazenda do Estado, quando devida, e do Município.

9.6. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceitá-la com a glosa da parte que considerar indevida.

9.6.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

9.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do INPC - IBGE.

9.7.1. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste Contrato.

9.8. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

9.9. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 10 (dez) dias úteis após o recebimento do relatório de pagamento com a relação dos beneficiados.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

9.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

9.9.1.1. Os dados e formatos dos controles serão definidos pela CONTRATANTE e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data de pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

9.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 9.9 e 9.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

9.9.3 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

9.10. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

9.11. A falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde que o dia de seu vencimento até a data do seu efetivo pagamento, com base na variação no Índice Geral de Preços- Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas

Foi excluído do subitem 24.1.1 o texto: além de fornecer e utilizar os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade mínimas verificadas na proposta técnica e em cumprimento ao Edital. Eliminou-se também os subitens 24.1.10, 24.1.19, 24.2.1, 24.2.2, 25.6.3 e 25.6.4. No item 26.17 substitui-se pela Administração do PJSC com o seguinte texto: pela Administração da ALERO.

### **DA MINUTA DO CONTRATO**

O subitem 5.1.6.1 teve a numeração alterada para 5.1.6 e ajustados os seguintes para 5.1.6.1 e assim sucessivamente. O subitem 5.1.6.4, citado no subitem 5.1.6.5, foi alterado para subitem 5.1.5. O subitem 11.5 citado no subitem 5.1.9 foi substituído pelo subitem 9.4.1. O subitem 11.4 citado no subitem 5.1.10 foi substituído pelo subitem 9.4.1. Acrescentou-se no item 7.5 a palavra terceiros em substituição a seus, ficando por terceiros contratados. Substituiu-se o subitem 8.8.3 pelo subitem 8.1.3, mencionado no item 8.4.

Foi eliminado do item 8.6 o texto: impressa pela FENAPRO. Acrescentou-se ao final do item 8.11 o texto: relativos aos empregados e profissionais que nela trabalham. Foram substituídos os subitens 6.5.3.1 a 6.5.3.4 pelos subitens 8.1.1 a 8.1.4, mencionados no subitem 8.12.2. Acrescentou-se no final do item 9.1, II, o texto: emitida em nome e com o CNPJ da CONTRATANTE. Substituiu-se o subitem 9.5, III, pelo subitem 9.4, III, mencionado no item 9.2, II, c. Também foi trocado o subitem 9.2, II, d, pelo subitem 9.1, III, mencionado no item 9.4. Também foi alterado o subitem 9.4.1, I, II, III, pelos itens 9.2 a 9.4, mencionado no item 9.4.2.

### **DO ANEXO II - PROPOSTA DE PREÇOS**

Substitui-se a palavra durante, pela palavra após, no item 14.3 do Anexo II - Proposta de Preços. Fica mantida a palavra fornecedores no final do item 14.3, considerando que estes já foram remunerados, assim como todos os envolvidos. Acrescentou-se no final item 14.9, o texto: se prevista no orçamento conforme item 14.4 antecedente.

### **DO ANEXO VIII - D – DECLARAÇÃO DE INTEGRALIDADE DOS CUSTOS (SUBITEM 7.13.5)**

Acrescenta-se ao final da última linha, após entrega das propostas o seguinte texto: relativos aos empregados e profissionais que para ela trabalham.

### **DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

Altera-se o item 8.3.6 para FENAPRO vigente em Rondônia, somente como complemento do texto.

Altera-se o item 8.3.7 do Estudo Técnico Preliminar, esclarecendo-se que a FENAPRO é a única entidade com abrangência em Rondônia, já que não existe sindicato de publicidade no Estado, portanto, fica esclarecido que a tabela de de referencial de custos de serviços internos a ser utilizado é a da FENAPRO- vigência Rondônia- 05/05/2024 a 04/05/2025.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Fica mantido o texto do item 8.4.2, pois não se trata de a condição tributária da licitante e sim de sua regularidade, ou seja, existência de débitos, inscritos ou não na Dívida Ativa do Estado.

Fica mantido o item 8.9, Sustentabilidade Ambiental, aplicando-se à Contratada apenas aquilo que couber, conforme a Instrução Normativa.

Isso posto, recebe-se a impugnação, visto que tempestiva e pertinente, dando-lhe parcial provimento para proceder as alterações acima já aplicadas no Edital, com sua regular republicação, sem alteração da data de abertura, considerando que foram apenas ajustes de cunho material e sem qualquer impacto ou interferência na elaboração das propostas por parte das licitantes.

### **DOS APONTAMENTOS DA EMPRESA DNA DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA;**

#### **DO CONTRATO SOCIAL**

As Normas-Padrão da Atividade Publicitária apresentam a definição do que seja uma agência de publicidade e propaganda, delimitando sua atuação. A inclusão de outras atividades pode não ser aceita pelo CENP e possivelmente a agência não conseguirá a certificação por desvirtuar o contrato social.

A exigência do Edital, portanto, respeita e observará o disposto na Comunicação Normativa 016 - Certificação de Agências de Publicidade (Objeto Social), que está em consonância as Normas de habilitação e Certificação de Agências de Propaganda Instituídas de Acordo com o que estabelece o item 2.5.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Adotar esses critérios representa uma homenagem ao princípio da isonomia e da eficiência e eficácia com o compromisso pela excelência na execução dos serviços contratados, e está embasada também nos princípios de regem a Administração Pública e as Licitações, entre eles a legalidade, impessoalidade e proporcionalidade.

1.3 Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda: é nos termos do art. 6º do Dec. nº 57.690/66, empresa criadora/produtora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitárias, através de profissionais a seu serviço que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Comunicação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

#### **DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA MELHOR TÉCNICA**

A proposta de preços está fundamentada no Processo nº 100.292.000020/2023-91 e obedece os termos do art. 35 da Lei nº 14.133/2021. Foram baseados nas práticas de mercado, nas experiências de contratações anteriores, e visando o princípio da economicidade.

Portanto, trata-se de critério dentro da legalidade e como se sabe a licitação é uma concorrência do tipo Melhor Técnica, onde não há pontuação nas propostas de preços para a classificação técnica das licitantes.

Conforme art. 35 da Lei nº 14.133/2021: "O julgamento por melhor técnica ou conteúdo artístico considerará exclusivamente as propostas técnicas ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores." Nesse caso os critérios objetivos estão determinados na lei e no Edital e não há que se falar em qualquer tipo de violação, pois que observada a legalidade e o respeito à norma.

#### **DOS REPASSES RELATIVOS A COMISSÕES**

O repasse está fundamentado no item 6.13 do Edital:

6.13. Quanto ao pagamento de cada uma das faturas exclusivamente de veiculação, a CONTRATADA repassará a CONTRATANTE, sob forma de desconto o percentual de 3% (três por cento) do Desconto-Padrão de agência a que faz jus, de acordo com o disposto na Lei 4.680/65 e no Decreto 57.690/66, observando os parâmetros contidos no ANEXO B da norma, instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da atividade Publicitária editada pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão), até o limite de R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões de reais) investidos exclusivamente em veiculação.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

Confira-se no anexo B, caso não seja conhecido da impugnante, mas que se encontra também no item 5.1 do Estudo Técnico:

### ANEXO “B”

#### SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

### DA TRANSPARÊNCIA DOS ATOS PREVISTOS NO EDITAL

O Edital está dentro dos padrões e das formalidades exigidas, tendo sido elaborado pelos técnicos e especialistas da Assembleia Legislativa de Rondônia, e baseado nos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, eficácia, proporcionalidade, isonomia, julgamento objetivo, transparência, segurança jurídica e razoabilidade.

Todas as etapas e atos praticados estão muito bem definidos, tais como: objeto da licitação, requisitos de participação, procedimentos da licitação, esclarecimentos e impugnações, garantias, propostas técnica e de preços, habilitação, critérios de julgamento, adjudicação, homologação e condições contratuais.

Além disso consta do processo nº 100.292.000020/2023-91 e estão publicados no site da Assembleia Legislativa, o Estudo Técnico Preliminar e o Termo de Referência. E tudo confirma que o procedimento licitatório cumpriu e está cumprindo suas etapas regularmente, sem a menor possibilidade de se contestar sua transparência ou qualquer um dos princípios norteadores de uma licitação pública.

Soa como tentativa de tumultuar e atrasar o processo licitatório alegações de que falta transparência ou que falta incluir alguma outra descrição no Edital, que está embasado no que já descrevemos e também em pesquisa de inúmeros outros editais, já sob a égide da nova lei de licitações, Lei nº 14.133/2021.

### DAS ESPECIFICAÇÕES DA PROPOSTA TÉCNICA

É mais que suficiente a corporificação de seis peças para demonstrar a capacidade criativa da licitante. Nada impede que sejam listadas outras peças que estejam compatíveis com as regras do Edital e em consonância com a Ideia Criativa das licitantes.

Limitar apenas a corporificação à seis peças para todas as licitantes garante a isonomia e permite que a qualificação técnica seja avaliada pelos julgadores normalmente, e portanto não há qualquer restrição nisso. Faz parte do poder discricionário da Administração ajustar as exigências às necessidades, dentro do princípio da razoabilidade, e assim até poderia estipular a corporificação de 10, ou 20 ou 30 peças, mas ao final, o resultado seria o mesmo, e sendo possível analisar a qualificação da Ideia Criativa em seis peças, isso evita esforço desnecessário de todos os envolvidos no procedimento.

O julgamento da qualificação técnica é um conjunto de quesitos e não se limitará às seis peças da ideia Criativa, pois ainda há as 10 peças do Repertório e mais 10 peças dos dois Relatos, sendo 5 peças para cada Relato.

Esse critério, portanto, não inibe a criatividade, não restringe a atuação das licitantes, ao contrário, é mais que suficiente para dentro de um contexto global da proposta técnica, se aferir a capacidade das licitantes.

Isso posto, recebe-se a impugnação e nega-se provimento visto o Edital está em consonância com as normas e prima pelos princípios que regem a Administração e as Licitações Públicas, não havendo qualquer motivo para correção ou suspensão do certame.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

Ante o exposto, opina-se pelo NÃO ACOLHIMENTO da impugnação apresentada, mantendo-se integralmente os termos da Concorrência Pública nº 001/2024/CEL/ALE/RO.

Encaminhe-se este à **Comissão Especial de Licitação - CEL** para as providências cabíveis.

### DOS APONTAMENTOS DA EMPRESA MAUWÊ COMUNICAÇÃO LTDA;

#### DO CONTRATO SOCIAL

As Normas-Padrão da Atividade Publicitária apresentam a definição do que seja uma agência de publicidade e propaganda, delimitando sua atuação. A inclusão de outras atividades pode não ser aceita pelo CENP e possivelmente a agência não conseguirá a certificação por desvirtuar o contrato social.

A exigência do Edital, portanto, respeita e observará o disposto na Comunicação Normativa 016 - Certificação de Agências de Publicidade (Objeto Social), que está em consonância as Normas de habilitação e Certificação de Agências de propaganda Instituídas de Acordo com o que estabelece o item 2.5.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Adotar esses critérios representa uma homenagem ao princípio da isonomia e da eficiência e eficácia com o compromisso pela excelência na execução dos serviços contratados, e está embasada também nos princípios de regem a Administração Pública e as Licitações, entre eles a legalidade, impessoalidade e proporcionalidade.

1.3 Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda: é nos termos do art. 6º do Dec. nº 57.690/66, empresa criadora/produzora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitárias, através de profissionais a seu serviço que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Comunicação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

#### DOS REPASSES RELATIVOS A COMISSÕES

O repasse está fundamentado no item 6.13 do Edital:

6.13. Quanto ao pagamento de cada uma das faturas exclusivamente de veiculação, a CONTRATADA repassará a CONTRATANTE, sob forma de desconto o percentual de 3% (três por cento) do Desconto-Padrão de agência a que faz jus, de acordo com o disposto na Lei 4.680/65 e no Decreto 57.690/66, observando os parâmetros contidos no ANEXO B da norma, instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da atividade Publicitária editada pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão), até o limite de R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões de reais) investidos exclusivamente em veiculação.

O anexo B, caso não seja conhecido da impugnante:

#### ANEXO "B"

##### SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA ANUNCIANTE	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.



## **DA TRANSPARÊNCIA DOS ATOS PREVISTOS NO EDITAL**

O Edital está dentro dos padrões e das formalidades exigidas, tendo sido elaborado pelos técnicos e especialistas da Assembleia Legislativa de Rondônia, e baseado nos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, eficácia, proporcionalidade, isonomia, julgamento objetivo, transparência, segurança jurídica e razoabilidade.

Todas as etapas e atos praticados estão muito bem definidos, tais como: objeto da licitação, requisitos de participação, procedimentos da licitação, esclarecimentos e impugnações, garantias, propostas técnica e de preços, habilitação, critérios de julgamento, adjudicação, homologação e condições contratuais.

Além disso consta do processo nº 100.292.000020/2023-91 e estão publicados no site da Assembleia Legislativa, o Estudo Técnico Preliminar e o Termo de Referência. E tudo confirma que o procedimento licitatório cumpriu e está cumprindo suas etapas regularmente, sem a menor possibilidade de se contestar sua transparência ou qualquer um dos princípios norteadores de uma licitação pública.

Soa como tentativa de tumultuar e atrasar o processo licitatório alegações de que falta transparência ou que falta incluir alguma outra descrição no Edital, que está embasado no que já descrevemos e também em pesquisa de inúmeros outros editais, já sob a égide da nova lei de licitações, Lei nº 14.133/2021.

## **DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA MELHOR TÉCNICA**

A proposta de preços está fundamentada no Processo nº 100.292.000020/2023-91 e obedece aos termos do art. 35 da Lei nº 14.133/2021. Foram baseados nas práticas de mercado, nas experiências de contratações anteriores, e visando o princípio da economicidade.

Portanto, trata-se de critério dentro da legalidade e como se sabe a licitação é uma concorrência do tipo Melhor Técnica, onde não há pontuação nas propostas de preços para a classificação técnica das licitantes.

Conforme art. 35 da Lei nº 14.133/2021: "O julgamento por melhor técnica ou conteúdo artístico considerará exclusivamente as propostas técnicas ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores." Nesse caso os critérios objetivos estão determinados na lei e no Edital e não há que se falar em qualquer tipo de violação, pois que observada a legalidade e o respeito à norma.

## **DAS ESPECIFICAÇÕES DA PROPOSTA TÉCNICA**

É mais que suficiente a corporificação de seis peças para demonstrar a capacidade criativa da licitante. Nada impede que sejam listadas outras peças que estejam compatíveis com as regras do Edital e em consonância com a Ideia Criativa das licitantes.

Limitar apenas a corporificação à seis peças para todas as licitantes garante a isonomia e permite que a qualificação técnica seja avaliada pelos julgadores normalmente, e portanto não há qualquer restrição nisso. Faz parte do poder discricionário da Administração ajustar as exigências às necessidades, dentro do princípio da razoabilidade, e assim até poderia estipular a corporificação de 10, ou 20 ou 30 peças, mas ao final, o resultado seria o mesmo, e sendo possível analisar a qualificação da Ideia Criativa em seis peças, isso evita esforço desnecessário de todos os envolvidos no procedimento.

O julgamento da qualificação técnica é um conjunto de quesitos e não se limitará às seis peças da ideia Criativa, pois ainda há as 10 peças do Repertório e mais 10 peças dos dois Relatos, sendo 5 peças para cada Relato.

Esse critério, portanto, não inibe a criatividade, não restringe a atuação das licitantes, ao contrário, é mais que suficiente para dentro de um contexto global da proposta técnica, se aferir a capacidade das licitantes.

## **DOS ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES**

O item 9 do Edital estabelece os critérios para impugnações e esclarecimento e estão em perfeita consonância com o art. 164 da Lei nº 14.133/2021.

Um dos princípios que norteiam essa licitação é o da publicidade, preconizados pelo art. 5 da Lei nº 14.133/2021 e art. 36 da Constituição Federal. Agindo assim, com a divulgação de todos os atos, fica mantido o espírito da lei e das normas ao se ampliar a publicidade e a competitividade entre os licitantes.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

Assim, não existe sigilo previsto na lei na fase de esclarecimentos e impugnações, e sim, a firme imposição de a necessidade de ampla publicidade e transparência dos atos, para livre acesso dos cidadãos às informações de seus interesses e não se pode falar em confidencialidade e privacidade em um processo licitatório público.

Isso posto, recebe-se a impugnação e nega-se provimento visto o Edital está em consonância com as normas e prima pelos princípios que regem a Administração e as Licitações Públicas, não havendo qualquer motivo para correção ou suspensão do certame.

### **DOS APONTAMENTOS DA EMPRESA LOTUS REPRESENTANTE COMERCIAL LTDA;**

#### **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

Todas as exigências quanto à Capacidade de Atendimento constam do Edital, conforme item 5.3.1 e seguintes. Porém de acordo com subitem 5.3.1.1.1, poderá ser diligenciado para comprovação das informações das licitantes, que se dará pelo que dispõe a Lei nº 14.133/2021, em especial, o art. 67.

Os critérios de avaliação da Capacidade de Atendimento são os que constam do item 5.4.2.5. Como está claro no Edital, não há vedação alguma quanto à qualificação dos profissionais da licitante.

Tudo que é necessário para a avaliação técnica das licitantes consta do Edital, e portanto não há qualquer omissão, e assim, não se pode cogitar em suspensão da licitação, requerida no último dia para recurso, justamente com o fim de protelar o certame. As licitantes estão cientes de todas as condições editalícias e não existe omissão ou novidade que afete a elaboração das propostas.

#### **DA PROPOSTA DE PREÇOS**

Quanto às Proposta de Preços só será exigido o que consta do edital, item 6.1 e seguintes e nos anexos ali citados.

A Proposta de Preços é constituída do que determina o art. 35 da Lei nº 14.133/2021. Está fundamentada no Termo de Referência, o qual encontra-se à disposição das licitantes, junto com o Edital.

#### **DOS RELATOS**

Conforme consta do subitem 5.3.3.1.1 os Relatos deverão ser expressamente referendados pelos respectivos anunciantes no mesmo caderno, com firma reconhecida em cartório ou assinatura digital, o que não onera as licitantes, visto que é gratuita no gov.br, por exemplo.

O Edital não faz nenhuma menção à assinatura do redator ou de qualquer outro profissional que tenha por ventura participado dos fatos narrados nos Relatos, porque isso não integra o Edital e não faz parte de suas exigências.

#### **DO CONSÓRCIO**

A impugnante, se tivesse lido o Termo de Referência que está publicado junto com o Edital e à disposição das licitantes, verificaria que no item 16.6.3 consta a justificativa e fundamentação por ter-se optado pela vedação aos consórcios.

Dentre outras fundamentações, consta do item 16.6.3 do Termo de Referência: "Não é cabível a participação de consórcios, uma vez que a execução é integralmente atribuída a única entidade empresarial, cabendo a ela a organização de todos os elementos necessários para consecução do objeto."

Precipitado, portanto, o pedido para suspensão e alteração do Edital apenas pelo fato de que, supostamente, não haveria uma justificativa quanto aos consórcios, o que mais uma vez, denota a interposição de recurso apenas com o fito protelatório, para dificultar ou impedir o andamento da licitação.

#### **DAS NORMAS CONTRATUAIS**

O Anexo II, Minuta do Contrato, traz todas obrigações da Contratada e da Contratante, tanto quanto à execução do Objeto do Contrato, quanto ao pagamento da Contratada pela Contratante.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

As formas de subcontratação de terceiros e veículos e os procedimentos para comprovação e faturamento e liquidação também estão claramente estabelecidas e obedecem ao que dispõe a Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4320/1964, Lei nº 14.133/2021 e também às Normas Padrão da Atividade Publicitária.

Não há omissão ou qualquer obscuridade quanto à formulação das cláusulas contratuais que permita comprometer a execução contratual, e dessa forma, não há nada para ser alterado ou corrigido

### **DO INVÓLUCRO Nº 1 - VIA NÃO IDENTIFICADA**

No item 7.4 do Termo de Referência consta a informação que será disponibilizado o INVÓLUCRO nº 1 pela Comissão Especial de Licitação (CEL) e que não há a previsão de assinatura daqueles que forem retirar o INVÓLUCRO, portanto, NÃO será necessária a identificação das empresas que forem retirar.

### **DAS CARACTERÍSTICAS DOS ATESTADOS DE CAPACIDADE**

Conforme subitem 7.15.1 do Edital é exigido ao menos um Atestado de Capacidade Técnica da licitante, deverá ter firma reconhecida em cartório, ou assinatura digital, disciplinada pela Lei 14.063/2020, o que não onera as licitantes pois é gratuita no gov.br, por exemplo.

Esclarece-se que somente será exigido o que consta do Edital que cumpre estritamente o disposto no art. 67, II, e § 2º, da Lei nº 14.133/2021 quanto às características dos Atestados.

Não há omissão ou lacuna alguma em relação aos Atestados. O valor estipulado para comprovação não trata de percentuais e portanto admite a soma de quaisquer atividades publicitárias pelo período de 12 meses executadas concomitantemente.

A legalidade, oportunidade e conveniência quanto aos Atestados está fundamentada no item 16 e seguintes do Termo de Referência.

### **DA QUALIFICAÇÃO FINANCEIRA**

As justificativas, oportunidade, conveniência e a legalidade da Qualificação Financeira, constam do item 15.4 e seguintes do Termo de Referência. Não será exigido nada além do que consta do Edital. E quanto aos balanços conforme item 7.12.2 deverão ser apresentados com as demonstrações contábeis dos últimos dois exercícios sociais registrados na Junta Comercial do Estado da sede da licitante, já exigíveis e apresentados na forma da lei, sem a obrigatoriedade de outros formatos como ECD/SPED, especialmente se não atendem aos requisitos para a qualificação financeira.

Portanto, como as regras valem para todas as licitantes, e sendo elas previstas na legislação, trata-se de respeitar a isonomia e ao mesmo tempo proteger o Erário.

### **DOS QUESTIONAMENTOS**

12.1 - O Valor da Contratação é estimativo e caberá aos gestores do contrato decidir sobre a forma e montante a ser consumido.

12.2 - Os reajustes serão de acordo com o Contrato e os serviços serão com base na tabela da Fenapro para o Estado de Rondônia.

12.3 - De acordo com o item 1.7 e seguintes do Edital estão impedidas de licitar as que se enquadram no art. 156, III, § 4º, da Lei n. 14.133/2021, art. 156, IV, § 5º, da Lei nº 14.133/2021;

12.4 - A Lei Complementar 123/2006 não se aplica à licitação considerando o patrimônio líquido exigido e o valor global.

12.5 - Conforme subitem 3.1.1.1.5, o envelope nº 1 poderá ser retirado pela interessada das 8h às 13 horas, junto à Comissão Especial de Licitação, no seguinte endereço: Av. Farquar, 2562, bairro Olaria, em Porto Velho (RO), até o dia 29/11, último dia útil antes da licitação.

12.6 - Quanto ao recebimento dos envelopes, cumprir-se-á o item 8.4, c do Edital.

12.7 - O subitem 3.1.1.2.2 é claro: "terá o mesmo teor da via não identificada, porém contendo identificação da licitante e data, além da assinatura e/ou rubrica em todas as folhas, excluindo-se os anexos com as peças Publicitárias".

12.8 - Os documentos para credenciamento são apenas os que constam do item 4 e seguintes do Edital.

12.9 - O Briefing é o principal documento de referência para as licitantes. Não cabe à CEL ensinar como as licitantes devem elaborar suas propostas.

12.10 - Conforme consta do subitem 5.2.2.3.8 e subitem 5.2.2.3.9 as peças da Ideia Criativa têm formato livre.



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

- 12.11 - Consta do Edital no item 5.2.3.1.3, muito claramente, que a Tabela única não poderá ser alterada.
- 12.12 - Estão no item 5.4 e seguintes todos critérios de julgamento das propostas técnicas, em harmonia com o que dispõe a Lei nº 12.232/2010, primando pela objetividade.
- 12.13 - A atuação da Subcomissão Técnica será de acordo com a Lei nº 12.232/2010 e critérios técnicos publicitários, conforme consta do item 5.4 e seguintes do Edital.
- 12.14 - Quanto aos preços já foi respondido acima.
- 12.15 - A apresentação do Sicafe deve ser como determina o item 7.2 e seguintes do Edital.
- 12.16 - A forma de Habilitação Jurídica está prevista no item 7.11 do Edital, e há formalidades para cada tipo de sociedade.
- 12.17 - As declarações e documentos apresentados na licitação devem ser assinados por quem esteja legalmente habilitado.
- 12.18 - Os recursos serão recebidos conforme consta do item 10.2 e seguintes do Edital.
- 12.19 - As sanções serão aplicadas conforme item 11 e seguintes do Edital.
- 12.20 - Já respondido acima sobre certificado digital no reconhecimento de firma.
- 12.21 - As formas de garantia contratual aceitas constam do subitem 10.4.1.
- 12.22 - O subitem 3.1.1.1.3.2 informa sobre as quatro margens. Portanto, não há omissão, e não se poderá suspender a licitação por esse detalhe, já que houve falha da impugnante na leitura do Edital.
- 12.23 - Se a impugnante ler o Edital a seguir, observará com grande clareza que o subitem 3.1.1.1.6 estipula como deve ser a característica da fonte utilizada na proposta.
- 12.24 - O Edital é claro no subitem 3.1.1.1.6 quanto ao formato da fonte, com todas as especificações.
- 12.25 - O subitem 5.2.2.1 é claro e limita o Raciocínio Básico em apresentação de texto.
- 12.26 - A impugnante pretende suspender a licitação porque não entendeu o subitem 5.2.2.3 do Edital, o qual é muito claro e objetivo quanto às características de apresentação da Ideia Criativa, em forma de texto e admitindo a corporificação de seis peças em formato livre, conforme já esclarecido.
- 12.27 - Repetindo a resposta anterior, o item 5.2.2.3 do Edital é muito claro quanto à forma livre de apresentação das peças.
- 12.28 - É claro o Edital no subitem 5.2.2.3.10 sobre a quantidade de peças e as implicações.
- 12.29 - O Edital não deixa margem de dúvida que o formato para apresentação das peças digitais é o pendrive.
- 12.30 - Esse questionamento é uma repetição do item 12.11, portanto já respondido.
- 12.31 - É tarefa das licitantes decidir qual será sua estratégia de Mídia e Não-Mídia. Não compete à CEL tal resposta e quais tipos mídias ela deverá utilizar.
- 12.32 - Não há omissão alguma na Tabela Única e deve ser preenchida de acordo com a Estratégia de Mídia e Não-Mídia da licitante. Conforme consta claramente do Edital, devem ser utilizadas as tabelas brutas dos veículos e da Fenapro, sem qualquer desconto.
- 12.33 - Deve-se observar o Edital quanto às assinaturas. Não há nenhuma menção ou exigência de reconhecimento de firma para as licitantes no Plano de Comunicação Publicitária, nem em cartório e nem digital.
- 12.34 - Completamente claro o item 5.3.1.2 do Edital quanto à Capacidade de Atendimento, de que não há "exigências quanto ao material a ser utilizado", portanto, fica a critério da licitante.
- 12.35 - Mesma resposta da anterior: "completamente claro o item 5.3.1.2 do Edital quanto à Capacidade de Atendimento, de que não há "exigências quanto ao material a ser utilizado", portanto, fica a critério da licitante.
- 12.36 - Esse assunto já foi questionado anteriormente e respondido acima, sobre o reconhecimento de firma nos Relatos por parte dos anunciantes.
- 12.37 - A impugnante requer a exclusão da proposta de preços do Edital e eliminação da forma como os serviços serão cobrados pela CONTRATADA e pagos pela CONTRATANTE o que torna esse requerimento é totalmente descabido porque é impossível formalizar uma contratação sem que haja contrapartida, sob pena de enriquecimento ilícito.
- 12.38 - Esse comentário sobre os critérios de avaliação das propostas já foi respondido acima, e demonstrado que são previstos na legislação e primam pela objetividade e isonomia.

### **DO PEDIDO**

Isso posto, recebe-se o recurso interposto tempestivamente, e nega-se total provimento considerando que não há omissões ou ilegalidades a serem sanadas. Consta-se que o acúmulo de questionamentos repetidos e infundados demonstram a tentativa de impedir o regular andamento da licitação, razão pela qual indefere-se também o pedido de suspensão e adiamento do certame.



## **DOS APONTAMENTOS DA EMPRESA ÁGGIL PUBLICIDADE LTDA;**

### **ERROS NA NUMERAÇÃO**

Constata-se que essa impugnação é muito semelhante à da Fenapro. A maioria dos questionamentos foram respondidos no recurso da Fenapro. Assim, os erros na numeração já foram sanados e respondidos durante análise do pedido da Fenapro.

As numerações faltantes, e também a exclusão dos itens sobre ME e EPP e todas as outras exclusões solicitadas, foram respondidos na impugnação da Fenapro, e com as justificativas para os não acolhimentos, que são semelhantes ao dessa impugnação.

### **DO VALOR ESTIMADO**

Não é necessário mudar a redação do item 2.1, quanto ao custo estimado da contratação. Esse item existe apenas para registrar o valor máximo permitido para ser utilizado durante o contrato.

### **DA TABELA ÚNICA**

Esse assunto já foi respondido na impugnação da Fenapro, porém deve-se esclarecer que a linha MÍDIA abaixo dos meios é para ser a soma de todos os meios acima, e dessa forma consolidar o valor investido especificamente em MÍDIA. Não há motivo para excluir ou alterar essa linha, que deve permanecer na Tabela Única.

### **DOS TRIBUTOS ESTADUAIS**

Ressalte-se que todos esses questionamentos foram respondidos na análise da impugnação da Fenapro, e em relação aos tributos estaduais, deve-se reafirmar, não se trata de a condição tributária da licitante e sim de sua regularidade, ou seja, existência de débitos, inscritos ou não na Dívida Ativa do Estado. Então, fica mantido o texto do item 6.14.2

### **DOS ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA**

Esse assunto já foi respondido na análise da impugnação da Fenapro, e sua legalidade, oportunidade e conveniência quanto aos Atestados está fundamentada no item 16 e seguintes do Termo de Referência.

Conforme subitem 7.15.1 do Edital é exigido ao menos um Atestado de Capacidade Técnica da licitante, deverá ter firma reconhecida em cartório, ou assinatura digital, disciplinada pela Lei 14.063/2020, o que não onera as licitantes pois é gratuita no gov.br, por exemplo.

Esclarece-se que somente será exigido o que consta do Edital que cumpre estritamente o disposto no art. 67, II, e § 2º, da Lei nº 14.133/2021 quanto às características dos Atestados.

### **DO PEDIDO**

Isso posto, considerando que quase a totalidade dos itens tratados nessa impugnação já foram respondidos durante análise do recurso da Fenapro, considerando sua tempestividade e pertinência, recebe-se e nega-se provimento à impugnação, indeferindo-se o pedido de suspensão do Edital, visto que as alterações que foram efetuadas referem-se a erros materiais nas numerações dos itens, e a expressões que não afetam o conteúdo dos dispositivos editalícios e que de forma alguma interferem na elaboração das propostas a serem elaboradas pelas licitantes.

## **III. DA FUNDAMENTAÇÃO E DECISÃO DO PREGOEIRO**

Vale destacar que a **Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia - ALE** não está por este motivo obrigada a adquirir bens e contratar serviços que não atendam às suas necessidades, razão pela qual, poderão ser admitidos



## Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia – ALE/RO

---

parâmetros técnicos mínimos no que se refere às contratações públicas, desde que se trate de critérios objetivos, destinados a avaliarmos se os objetos da pretensa contratação atendem ao interesse público.

Há que se observar que não se resume a eficiência numa licitação à participação irrestrita de licitantes, nem tão pouco do menor preço apresentado, mas sim, na aquisição ou contratação de bens ou profissionais que de fato, cumpram suas finalidades de forma competente, atingindo assim, o fim para que foram solicitados, sendo isto, a eficácia da licitação.

De certo, não pode a Administração, ao seu bel prazer, delimitar a competitividade criando, sem critérios técnicos, limites para participação e detalhamento excessivo. O que a Lei de Licitações veda e os Tribunais de Contas condenam, em especial o TCU, é a preferência por determinada marca e sua indicação sem a devida justificativa técnica nos autos.

Assim, verifica-se que não houve qualquer irregularidade nas exigências mínimas, mas tão somente foram dispostas as necessidades da **ALE**, considerando que a descrição do objeto da pretensa contratação faz constar requisitos “mínimos”, o que permite que sejam aceitas propostas que atendam às exigências específicas do Edital.

A CF de 1988, em seu inciso XXI, além da obrigatoriedade da realização de licitação pública para a contratação de obras, serviços, compras e alienações, ressalvados casos específicos, assegurada a igualdade de condições a todos os concorrentes, destacou, ainda, que as exigências de qualificação técnica e econômica estabelecidas sejam apenas aquelas indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.

Ressaltamos que é dever do Administrador Público proteger a Administração e principalmente o patrimônio público. Para tal, deve o instrumento convocatório prever exigências que, efetivamente, tragam maior segurança ao erário, sem restringir, desnecessariamente, o caráter competitivo do certame, conforme previsto no art. 37, inciso XXI da Constituição Federal de 1988.

Se faz necessário frisar que cabe tão somente à Administração, demandante e conhecedor da importância do serviço licitado, estabelecer quando da elaboração do edital as condições que entende serem necessárias para a plena satisfação do pleito em andamento.

Tal entendimento é convalidado pelo Tribunal de Contas da União ao afirmar que ao produzir e divulgar o ato convocatório, a Administração exercita juízos de conveniência e oportunidade sobre a forma de contratação, os requisitos de participação e os critérios de julgamento para seleção do vencedor.

Assim, a Administração objetiva garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, de maneira a assegurar oportunidade igual a todos os interessados e a possibilitar o comparecimento ao certame do maior número possível de concorrentes.

Isto posto, primando pelos princípios e dispositivos legais aplicáveis ao pleito, bem como ao próprio Edital de Licitação, que foi apresentado de forma clara, objetiva e possível de ser atendido pelo mercado, sem restringir a competição, decide o Pregoeiro pelo acolhimento da impugnação, no mérito, negar provimento, exceto o da FENAPRO, o qual foi acolhido parcialmente para supressão de alguns itens no ETP, TR, MINUTA e EDITAL, que ora disponibilizamos, mantendo inalterados a abertura da sessão da **Concorrência Pública nº 001/2024/CEL/ALE-RO** no dia **02 de dezembro de 2024, às 10:00hs/DF.**

Porto Velho/RO, 28 de novembro de 2024.

Everton José dos Santos Filho  
Presidente CEL/ALE/RO