



Curitiba, 17 de setembro de 2024

Departamento de Trânsito do Paraná – DETRAN/PR
A/C Comissão Especial de Licitação

Prezados Senhores:

Referente: Edital de Concorrência Pública nº 5/2024

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

SOLICITAÇÃO DE RETIFICAÇÃO

Ao **Edital de Concorrência Pública nº 5/2024**, cujo objeto é a contratação de 2 agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para atender às demandas do **Departamento de Trânsito do Paraná – DETRAN/PR**.

DA LEGITIMIDADE DA IMPUGNANTE

Inicialmente, como é de conhecimento do **DETRAN/PR**, a Impugnante é entidade sindical patronal representativa das empresas de propaganda. Ou seja, conforme determina seu estatuto social, "*é constituído para fins de (...) defesa e representação legal dos interesses econômicos e éticos da categoria na base territorial do Estado do Paraná, conforme estabelece legislação em vigor sobre a matéria, especialmente a Constituição*

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Federal do Brasil, colaborando com os poderes públicos e com as demais associações, (...) buscando a realização da Justiça Social e o Desenvolvimento Nacional, com base nos princípios da liberdade de iniciativa e valorização do trabalho, como condições de dignidade humana.”

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

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

DOS FATOS

O Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – **SINAPRO/PR**, encaminhou ao escritório **HELENA ZOIA SOCIEDADE DE ADVOGADOS**, para análise, o **Edital de Concorrência Pública nº 5/2024**, através do qual o **DETRAN/PR** instaurou licitação objetivando a contratação de 2 agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para atender às suas demandas e dele recebemos as seguintes considerações:

1. Disposições Iniciais

1.1. Item 1.2: na 5ª e última linha, **após** “... fevereiro de 1966...” **é necessário incluir** “alterado pelo Decreto nº 4.563/2002...”. O Decreto nº 4.563/2002 introduziu no Decreto nº 57.690/1966, grandes alterações e não pode ser omitido.

2. Esclarecimentos e Impugnações

2.1. O Edital em análise, observa de forma suplementar, a Lei nº 14.133/2021 e o Decreto nº 10.086/2022 que regulamenta sua aplicação no âmbito da Administração Pública estadual, direta, autárquica e fundacional do Estado do Paraná.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Em decorrência, muitas são as novidades legais encontradas no mesmo, como por exemplo:

- a. o prazo para impugnação do Edital, passou a ser de 03 (três) dias úteis **antes** da data de abertura do pleito, deve ser feita por ofício e encaminhada, preferencialmente, através do Sistema Integrado de Documentos – eProtocolo;
- b. a impugnação deve ser dirigida à **SECOM**, muito embora a Concorrência tenha sido instaurada pelo **DETRAN/PR**, e será apreciada no **prazo de até** 03 (três) dias úteis, limitado ao **último dia útil** anterior à data de abertura da licitação; e
- c. os recursos e contrarrazões observarão os mesmos prazos e condições acima, e só poderão ser direcionados à **SECOM**, e concretizados por meio eletrônico.

2.2. Inúmeras outras inovações aparecerão ao longo do Edital, de sorte que as Agências que participarem da licitação, deverão ter redobrada atenção ao elaborar suas Propostas Técnicas e de Preços, bem como ao apresentar os Documentos de Habilitação: à medida do possível, o processo tornou-se digital.

3. Objeto

3.1. Item 4.1: após o item 4.1, é necessário **incluir o subitem 4.1.1**, com o seguinte teor:

“4.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a. ao planejamento, à execução de pesquisa e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas durante a execução dos contratos;

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



b. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c. à produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pelas agências contratadas.”

O texto supra também deve ser considerado no “objeto”, porque é constituído por serviços especializados como consta do §1º do art. 2º, da Lei nº 12.232/2010, **supervisionados pelas CONTRATADAS**, que são remuneradas para executá-lo.

3.2. Item 4.6: a redação **está equivocada**: a forma de execução é simplesmente indireta. Sobre a matéria, esclarece o Prof. Dr. Marçal Justen Filho, in “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, p. 246, n. 2.4.2:

“2.4.2 A Estimativa das Despesas

Justamente por isso, não há exigência da fixação de estimativa minuciosa das despesas a serem realizadas. O contrato para serviços de publicidade **não é executado sob regime de empreitada (por preço global ou unitário)**, nem comporta uma estimativa precisa e determinada quanto a um “preço” a ser desembolsado pela Administração.” (n.g.)

Face à lição supra, é necessário eliminar o trecho “... sob o regime de empreitada por preço unitário”.

Ademais a forma de execução do objeto da licitação está corretamente indicada no item 1.3 do Edital em análise, qual seja, “os serviços serão executados na forma de execução indireta”.

4. Condições de Participação

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



4.1. Item 5.4: na 1ª linha **deve ser eliminado** "... o Agente de Contratação...". Na presente Concorrência a **orientação da licitação está confiada à Comissão Especial de Licitação**, nomeada pela **Resolução nº 012/2024-SECOM**, como consta expressamente, do item 1.1 do Edital.

Ao invés de "O Agente de Contratação", **deve ser** "a Comissão Especial de Licitação".

4.2. Subitem 5.6.2: na 1ª linha **é afirmado** "... que recebeu da Comissão Especial de Licitação, o arquivo padronizado...", **e o Edital, no tópico 7, menciona "invólucros" e não "arquivo"**. O mesmo ocorre no subitem 9.2.1.1.2. **Necessário corrigir** a denominação, adotando "invólucro ou invólucros" no subitem 5.6.2 e ao longo de todo o Edital, como no subitem 8.1.4 e outros.

4.3. Subitem 5.6.4: na 4ª e última linha, **ao invés de** "Carta Convocatória", **deve ser** "Edital".

5. Entrega e Recebimento das Propostas

5.1. Subitem 9.2.1.3.1: na última linha, **ao invés de** "... 10.8 a 10.15...", **deve ser** "...10.9 a 10.16.5".

6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.1. Subitem 10.15.1: na 1ª linha, **ao invés de** "... item 10.14...", **deve ser** "... item 10.13...".

6.2. Subitem 10.16.1: na 1ª linha, **ao invés de** "propostas", **deve ser** "relatos". No contexto, são documentos diferentes entre si, e pode confundir.

7. Julgamento das Propostas Técnicas

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



7.1. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: de uma forma geral, **deve ter sua redação revista por inteiro: os critérios eleitos em relação aos subquestos, estão inteiramente equivocados.**

Recomenda-se acessar o link <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-publicidade> e constatar como deve ser feita uma valoração correta, tendo presente que se trata de uma contratação técnico-operacional, e **NÃO** técnico profissional.

7.2. Item 11.2, Quesito 2, Subquesto 1, Critérios: todos os critérios indicados para valoração dos “Principais Clientes”, **ferem o princípio da isonomia previsto no art. 11º, inc. II, da Lei nº 14.133/21**, que assim dispõe:

“Art. 11. O processo licitatório tem por objetivos:

.....

II - assegurar tratamento isonômico entre os licitantes, bem como a justa competição;”

.....

Na lição do Prof. Dr. Marçal Justen Filho, “... a isonomia também se configura como proteção ao interesse coletivo. A ampliação da disputa significa a multiplicação de ofertas e a efetiva competição entre os agentes econômicos, como decorrência da disputa, produz-se a redução dos preços e a elevação da qualidade das ofertas, o que se traduz em contratações mais vantajosas para a Administração. (...) isonomia reflete a proteção dos interesses coletivos”. (Comentários à Lei de Licitações e Contratações Administrativas, Ed. Revista dos Tribunais, 2ª ed., p. 117, n. 13.5).

Todos os licitantes devem merecer tratamento equivalente.

O objeto prevê a prestação de serviços publicitários prestados por intermédio de Agência de Propaganda. **Não prevê** a prestação de serviços publicitários prestados por intermédio de Agência de Propaganda que **já tenha atendido Cliente da área pública.**

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Ainda o subitem 4.2.2 do Edital determina que os serviços “serão contratados com Agência de Propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010”. Nenhuma das exigências citadas contempla “a comprovação de ter possuído Cliente da área pública”, como consta dos “**CRITÉRIOS**” ora combatidos.

A Administração Pública, em **todos os níveis**, avalia os principais Clientes atendidos pela licitante à época da abertura do certame licitatório, com especificação do início de atendimento de cada um deles. Através destas informações, a Contratante se inteira do porte dos Clientes atendidos pela Agência, dos produtos e serviços com os quais está familiarizada e a qualidade do atendimento que se revela pelo tempo de atendimento de cada Cliente indicado.

A pontuação deve se referir aos “Principais Clientes”, **e não** ao segmento em que atuam.

7.3. Quesito 3 – Experiência da Empresa: é preciso ter presente, que a Lei nº 12.232/10 não foi alterada pela Lei nº 14.133/21, e que suas disposições permanecem em plena vigência.

O Governo do Estado do Paraná pode regulamentar a aplicação da Lei nº 14.133/21, em geral, mas não pode alterar a aplicação da mesma face à Lei nº 12.232/10, pois em relação à mesma, a Lei nº 14.133/21 é de aplicação **SUBSIDIÁRIA** (art. 186, da Lei nº 14.133/21).

Assim, a avaliação do **Quesito** “Repertório” deve ser feita segundo os critérios abaixo:

a. originalidade da solução criativa e sua adequação ao segmento do Cliente, e ao público-alvo;

b. clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios;

c. a qualidade da produção e do acabamento das peças.”

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Quanto ao Quesito “**Relato de Solução de Problemas de Comunicação**”, a valoração deve observar os seguintes critérios:

- “**a.** evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b.** demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do Cliente;
- c.** encadeamento lógico do Relato, pela licitante.”

Os critérios acima sugeridos são adequados aos **Quesitos** a que se referem.

Os critérios indicados no Edital em análise são dissociados dos **Quesitos**, como por exemplo: o **Repertório** compõe-se de peças publicitárias. Quem, a partir de um anúncio, poderá analisar a “consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta?”.

A bem da verdade, os **CRITÉRIOS** estabelecidos no Quesito 3, para o Quesito Repertório não atendem nem ao disposto no item 10.11 do Edital.

7.4. Subitem 11.2.2.2: deve ser eliminado.

7.5. Subitem 11.2.2.3: deve ser eliminado.

7.6. Item 11.6: deve ser eliminado. A qualificação técnica de profissionais publicitários que compõem a equipe que será colocada à disposição do Contratante, para execução do Contrato, não pode ser valorada pela “formação acadêmica” e pela “experiência profissional” à época do julgamento da Proposta Técnica.

Não há amparo legal para que seja exigido das licitantes, que tenham em seus quadros, profissionais com qualificação e experiência suficientes, para execução de um futuro e eventual contrato, cuja celebração é incerta.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Não se pode conceber que as licitantes sejam obrigadas a manter profissionais de alta qualificação, como no caso, os publicitários, apenas para participar da licitação.

Neste sentido, é válida a sugestão de que o Edital estabeleça como condição para comprovação do vínculo, uma declaração de futura contratação do profissional responsável com a anuência dele. (Acórdão 1368/2008 – Plenário do TCU).

Ao Contratante interessa que as licitantes **mantenham profissionais de alta qualificação para executar o Contrato que for celebrado**, e não apenas para participar da licitação.

Isto posto, a valoração da qualificação técnica da equipe de profissionais da licitante deve se ater à experiência dos mesmos em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação do **DETRAN/PR**.

7.7. No tópico 11, item 11.10, é necessário incluir um subitem 11.10.1, com o seguinte teor:

“11.10.1 não alcançar, no total, a nota mínima de __ (____) pontos.”

É necessário a inclusão de nota mínima, chamada nota de corte, para agrupar Propostas Técnicas criativas e viáveis e, entre elas, apurar a Proposta de Preços mais vantajosa.

7.8. Item 11.11: na 6ª linha, **ao invés de** “Comissão Julgadora da Licitação...”, **deve ser** “... Comissão Especial de Licitação...”, como consta da Resolução 012/2024-SECOM.

8. Elaboração da Proposta de Preços

8.1. Item 12.3, alínea “a”: a alínea “a” está deslocada. **Deve ser colocada como parágrafo único, após o item 12.4.**

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

8.2. Item 12.4, alínea "b": na alínea "b", **após** "... previdenciários incidentes sobre o contrato", **incluir** "no que lhe for afeto". A licitante só está comprometida com os tributos e encargos sociais incidentes sobre os serviços por ela executados. Ela **não responde pelos tributos e encargos sociais incidentes sobre serviços especializados prestados por Fornecedores e sobre os de divulgação prestados por Veículos e demais Meios.**

8.3. Item 12.4, alínea "c": **eliminar o trecho** "... que também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e...". A licitante não pode incluir na "Declaração", uma responsabilidade que não lhe está afeta. **A responsabilidade** pelos encargos comerciais decorrentes da execução do contrato **é do Contratante.** A licitante, se contratada, **atuará por ordem e conta dele**, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/65 e subitem 4.2.1 do Edital.

9. Julgamento Final das Propostas

9.1. Subitem 14.3.1: na 2ª linha, **eliminar o trecho** "... seguirá o previsto no art. 60, da Lei nº 14.133/2021 e, sucessivamente, se necessário...", porque o disposto no supra referido artigo **não se aplica a serviços intelectuais** de alta complexidade, como são os serviços de publicidade.

9.2. Item 14.4: deve ser eliminado. No tipo "Técnica e Preço", a negociação somente se justifica quando a **Proposta vencedora for superior ao valor estimado para execução do contrato**, o que é impossível ocorrer em se tratando de licitação objetivando a contratação de serviços publicitários: a **Proposta de Preços é feita em termos percentuais.** De nada adianta reduzir os percentuais propostos, pois a base de incidência dos mesmos pode ser alterada, vez que os preços em causa são estipulados pelos Fornecedores e variam segundo a complexidade do serviço a ser executado.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Reduzir os percentuais não significa, neste caso, redução do valor estimado para execução do contrato.

A propósito, e também sobre a mesma matéria, o Prof. Dr. Marçal Justen Filho leciona:

“1.4. Os riscos produzidos

É indispensável a Administração tomar em vista que, se a disputa foi intensa e foi atingido o menor preço possível, qualquer outra vantagem pode comprometer a exequibilidade da proposta. Mais precisamente, a oferta de vantagens adicionais pode desencadear a redução da qualidade do objeto contratado. Então, o licitante concordará em outorgar outras vantagens adicionais à Administração, mas o fará mediante a redução de seus custos. Isso significará que a Administração pagará menos, às custas da redução da qualidade da prestação.” (“Comentários à Lei de Licitações e Contratações Administrativas”, obr. já citada, p.800).

10. Implantação do Programa de Integridade

10.1. Os itens 15.1 a 15.3, devem ser eliminados porque o que neles está disposto não se aplica à prestação de serviços de publicidade, que se faz por exemplificação **segundo o briefing anexado ao Edital. Os serviços que integrarão o Contrato serão executados segundo as solicitações do DETRAN/PR.**

11. Documentos de Habilitação

11.1. Subitem 16.2.1.4: na 4ª linha, **após** “... em outro Estado da Federação...”, **incluir** “... ou Declaração de Não Contribuinte”, pois Agência de Propaganda desenvolve atividade econômica não sujeita a tributos estaduais.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



11.2. Subitem 16.2.2.3: na 2ª linha, **eliminar** "... e Grau de Endividamento (GE)", **e substituir por** "Solvência Geral", que resultará da aplicação da seguinte fórmula

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

e tal índice deve ser igual ou superior a 1,0 (um), como exigido no subitem 16.2.2.5.6, do próprio Edital.

Proceder o mesmo em relação ao subitem 16.2.2.5.2. A atividade econômica publicitária é de natureza intermediária, e a avaliação pelo "Grau de Endividamento" distorce o resultado final.

11.3. Ainda o Subitem 16.2.2.3: deve ser eliminada a "comprovação da "Disponibilidade Financeira Operacional", porque Agência de Propaganda atua **POR ORDEM E CONTA DO CLIENTE**, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/65, e **todos os custos, despesas etc. constituem ônus do Contratante.**

A Agência vencedora do certame, não pode antecipar valores a favor do Contratante, porque tal postura fere o art. 17, inc. I, alínea "f", do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66.

Em decorrência **devem ser eliminados, por serem inaplicáveis, todos os cálculos indicados na p.34 e na p.35, até o subitem 16.2.2.4, inclusive, do Edital.**

Novamente, **recomendamos acessar** o link <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-publicidade> e **constatar a forma correta de elaborar um Edital de Concorrência que objetiva a contratação de serviços publicitários** prestados por intermédio de Agência de Propaganda.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



11.4. Subitem 16.2.2.5.6: o disposto neste subitem comprova que o subitem 16.2.2.3 está **ERRADO** ao exigir o índice de **GRAU DE ENDIVIDAMENTO**.

Dispõe o subitem 16.2.2.5.6:

“As empresas, cadastradas ou não no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), deverão apresentar resultado: superior ou igual a 1,0 (um) no índice de Liquidez Geral (LG); superior ou igual a 1,0 (um) no **ÍNDICE DE SOLVÊNCIA GERAL (SG)**; superior ou igual a 1,0 (um) no índice de Liquidez Corrente (LC).”

O PNCP está correto.

O índice cabível é o de Solvência Geral porque a atividade econômica publicitária é de natureza intermediária.

12. CEL e Subcomissão Técnica

12.1. Item 18.2, alínea “a”: na 2ª linha, **após** “... composta por...”, **incluir** “... 03 (três)”; e ao final da última linha, **acrescentar** “... sendo que 1/3 (um terço) deles não pode ter vínculo funcional ou contratual com o **DETRAN/PR**”.

A determinação contida no art. 10, §1º, da Lei nº 12.232/2010, deve ser observada pelo Edital.

13. Procedimentos Licitatórios

13.1. Item 19.1: na 2ª linha, **ao invés de** “... circuncidadas...”, **deve ser** “... circunstanciadas...”.

13.2. Subitem 19.12.2, alínea “b”: na 4ª linha, alínea “b”, **o texto deve ser iniciado com a palavra “abrir”**, pois os Invólucros nº 1, estarão fechados, como esclarecido no subitem 9.2.1.1.5 do Edital.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



13.3. Item 19.14: na 4ª linha e na 7ª linha, **após** "... das licitantes presentes...", **incluir** "classificadas no julgamento das Propostas Técnicas", porque somente elas poderão ser convocadas para a Sessão de abertura das Propostas de Preços.

14. Divulgação dos Atos Licitatórios

14.1. Subitem 21.1.1: a redação **está equivocada**, porque no decurso do Procedimento Licitatório não ocorre a entrega de arquivos e, portanto, não pode ter ocorrido a abertura de quaisquer arquivos.

É necessário corrigir.

15. Recursos Orçamentários

15.1. Item 23.3: na 2ª linha, **após** "pelo contratado", **incluir** "e/ou Fornecedores de serviços especializados e/ou Veículos",

16. Condições Pré-Contratuais e Contratuais

16.1. Item 24.7: na 2ª linha, **após** "... a qualquer tempo...", **incluir** "... mediante aviso prévio de 60 (sessenta) dias...". (art. 9º, inc. 5, do Regulamento da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966).

16.2. Item 24.10: na 3ª e última linha, **após** "... prepostos ou contratados...", **incluir** "exceção feita aos contratados por ordem e conta do Contratante". Os contratados por ordem e conta do Contratante – Fornecedores e Veículos – respondem pelas ações danosas causadas por seus empregados e prepostos ao Contratante.

17. Disposições Gerais

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



17.1. Item 31.3: na 1ª linha, **ao invés de** "... Agente de Contratação...", **deve ser** "... Comissão Especial de Licitação...", como de início considerado. A mesma correção deve ocorrer nos itens 31.4; 31.7; e 31.8.

17.2. Item 31.21: ao final da 4ª linha, **acrescentar a frase** "... com redação dada pelo art. 178, da Lei nº 14.133/21".

17.3. Item 31.23: na 1ª linha, **eliminar** "... e a abertura dos arquivos com as Propostas", **substituindo-a por** "e a abertura dos invólucros contendo as Propostas Técnicas e de Preços...", **exatamente como consta do item 7.2 do Edital.**

18. Anexo I-A – Termo de Referência

18.1. As mesmas considerações anteriormente tecidas aplicam-se ao Termo de Referência, e mais:

- a. Entre os itens 1.2 e 1.4, **foi omitido o item 1.3:** é necessário **renumerar os itens ao final do item 1.2 – Especificações Técnicas;**
- b. Entre os itens 7 e 9, está faltando o item 8: necessário renumerar;
- c. **Item 7: eliminar** "... MICROEMPRESAS E ...", pois uma licitação com um volume de verba equivalente a R\$ 20.200 mil não permite a participação de **MICROS**;

19. Obrigações do Contratado e do Contratante

19.1. Subitem 10.1.2: na 1ª linha, **ao invés de** "às suas expensas", **deve ser** "sem ônus para a Contratante".

A Agência contratada não pode ser responsabilizada pela refação de serviços efetuados por terceiros, assumindo-lhe os custos. A Agência contratada determina a refação dos mesmos por aqueles que os executaram incorretamente;

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



19.2. Subitens 10.1.6 e 10.1.7: devem ser eliminados. Os profissionais publicitários são dotados de alto nível intelectual e não se sujeitam às regras contempladas nos subitens em referência;

19.3. Subitem 10.1.8: na 2ª linha, **após** "... na legislação específica...", **incluir** "em relação aos serviços por ela prestados...".

Os Fornecedores, Veículos e demais Meios de Divulgação têm iguais responsabilidades em relação aos serviços por eles prestados ao Contratante;

19.4. Subitens 10.1.18 e 10.1.19: devem ser eliminados. A presente Concorrência visa a contratação de serviços de publicidade, assim definidos no item 4.1 (e subitem 4.1.1) do Edital, e eles **não** compreendem serviços de tecnologia.

Agência de Propaganda não presta tais serviços. Se os prestasse, não poderia obter o "Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento" emitido pelo **CENP** e exigido no subitem 16.2.3.2 do Edital. Com efeito, a Comunicação Normativa nº 016, do **CENP**, dispõe em seu art. 6º:

"O **CENP** não certificará, por considerar atividades incompatíveis com as de Agência de Publicidade, , as pessoas jurídicas que tenham em seu contrato social, ou não o tendo, comprovadamente, exerçam atividades de comércio de qualquer natureza, representação de Veículos de Comunicação, locação de espaço publicitário, produção de audiovisual ou material gráfico, comércio de brindes, editoração, pesquisa de mercado, pesquisa de opinião, consultoria empresarial, marketing político, licenciamento de marcas e patentes, captação de recursos, impressão gráfica, desenvolvimento de sistemas, cursos, palestras, treinamento, montagem de feiras e estandes, locação de mão de obra e tudo o que se relacionar a atividade de indústria e comércio de bens e serviço;"

19.5. Subitem 10.1.20.1: deve ser eliminado;

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



19.6. Subitem 10.1.20.2: eliminar o texto existente no Termo de Referência, e substituí-lo por:

“Os direitos patrimoniais de autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela Contratada, por meio de seus profissionais e prepostos em decorrência deste contrato, que sejam de titularidade dela, passam a ser do Contratante, ressalvados os direitos de terceiros;”

19.7. Tópico 22: na 1ª linha, **após** “... incorram em infrações...”, **incluir** “que lhe possam ser imputáveis...”, sempre tendo presente que o contrato de prestação de serviços de publicidade é executado pela Agência, pelos Fornecedores de serviços especializados e pelos Veículos/Meios de Divulgação.

20. Anexo VIII – Minuta de Contrato

20.1. Aplicam-se ao Anexo VIII, em referência, as considerações corretivas feitas em relação ao Edital e Anexos retro considerados e mais:

a. **Subitem 2.1.3:** na 1ª linha, **ao invés de** “... no item 2.1.1”, **deve ser** “no subitem 2.1.1.1”;

b. **Item 5.21:** a redação **está equivocada**. O item 5.21 refere-se aos documentos e informações que **deverão ser apresentadas** ao Contratante, **para autorização do plano** de mídia off e/ou on de cada ação ou campanha publicitária.

Eles devem ser apresentados para que o Contratante **AUTORIZAR** a execução do plano de mídia.

Ora, se o plano de mídia ainda **não foi autorizado, como poderão ser eles apresentados “a partir do relatório de checagem** de veiculação, a cargo de empresa independente”?

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



O relatório de checagem é elaborado após o encerramento da divulgação da ação ou campanha publicitária!

O texto precisa ser ajustado;

- c. **Subitem 5.23.4:** ao final da 2ª linha, **acrescentar** “apenas para arquivo”;
- d. **Item 5.33:** ao final da 6ª linha, **acrescentar** “desde que não contratados por conta e ordem do Contratante”;
- e. **Item 5.40:** ao final da 5ª linha, **acrescentar** “no que lhe for afeto”;
- f. **Item 5.41:** ao final da 2ª linha, **acrescentar** “por ela executados”;
- g. **Item 5.48:** na 1ª linha, **após** “... envolvendo os serviços...”, **incluir** “por ela...”. A **CONTRATADA não assume tais responsabilidades** em relação a serviços prestados por fornecedores e veículos. No entanto tais serviços são por eles prestados durante a vigência do Contrato;
- h. **Subitem 10.1.2:** na 2ª linha, **eliminar** “... durante e...”, e na 3ª linha, **eliminar** “... ou fornecedores”;
- i. **Subitem 10.2.3:** na 1ª linha, **ao invés de** “... utilização de peças...”, **deve ser** “... reutilização de peças...”;
- j. **Subitem 10.4.2:** ao final da 4ª e última linha, **acrescentar** “... mediante reembolso de custos”;
- k. **Item 11.2:** **eliminar** “... terceiros, contratados e fornecedores...” porque a **CONTRATADA** jamais poderá declarar, **por eles**, estar em conformidade com as leis/regulamentos de anticorrupção.

A **CONTRATADA** pode e deve se comprometer por si, seus empregados, sócios e colaboradores, pois os tem comprometidos com o respeito aos diplomas legais aplicáveis vigentes;

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



l. **Item 11.4: eliminar "... terceiros, contratados e agentes...", pelos mesmos motivos acima;**

m. **Subitem 13.4.3: na 2ª linha, ao invés de "... tratam os subitens 13.1.1 a 13.1.3", deve ser "... trata o subitem 13.1.1", único aplicável a serviços internos;**

n. **Item 15.2: a redação do item em referência precisa ser revista sob dois aspectos:** (1) o valor da multa é desproporcional ao ganho que as **CONTRATADAS** poderão auferir executando a parte do Contrato que lhes couber; (2) na licitação não pode ocorrer segregação em lotes, itens ou contas: a parte de cada **CONTRATADA** se estabelecerá segundo procedimento de seleção interna.

Como já esclarecido muitas vezes, o **ganho bruto** de uma Agência de Propaganda gira em torno de 13/14% do valor do Contrato, porque se trata de atividade intermediária, ou seja, de um conjunto de ações que não se desenvolvem concomitantemente, no tempo. É uma atividade complexa, em que a **CONTRATADA** atua oferecendo soluções criativas e técnicas a problemas de comunicação do **CONTRATANTE**, e uma vez aprovada a solução oferecida, dá continuidade ao processo produtivo e da divulgação, **atuando em nome do CONTRATANTE, por conta e ordem dele.**

Neste contexto, uma multa de 10% (dez por cento) já implica em enorme penalização. **Multa de 30% (trinta por cento) é simplesmente, um absurdo.**

A multa máxima deve ser reduzida a 10% (dez por cento), e no Contrato decorrente da presente Concorrência Pública, **deve incidir sobre o valor estimado que, contratualmente, couber a cada uma das CONTRATADAS, vez que nenhuma delas executará um Contrato com verba estimada de R\$ 20.200 mil!**

Essas considerações precisam ser levadas em conta nos itens 15.2 a 15.5;

o. **Item 15.9: a base de incidência da multa, não pode ser o valor do contrato**, em hipótese alguma. Na presente Concorrência, a verba global está estimada em R\$ 20.200 mil e 02 (duas) serão as **CONTRATADAS**: a que mais atuar, por exemplo, executará 70% e a que menos atuar, 30% do citado valor.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br E-mail: sinapro@sinapropr.org.br Telefone: (41) 3078.4619 Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Nenhuma delas executará 100% (cem por cento) do valor global estimado do Contrato: como então terão que, eventualmente, pagar multa sobre tal valor?

A redação do **item 15.9** deve ser revista e adequada à realidade dos fatos. A redação, neste caso, não pode ser padronizada.

p. **Item 16.2: após** "... extinção do contrato...", **incluir** "... se imputáveis à **CONTRATADA**". De ter presente que os motivos relacionados no item 16.2, podem ocorrer em virtude de atrasos do fornecedor decorrentes, por exemplo, de intempéries, em tomadas externas, ou do veículo em razão, por exemplo, de falha de transmissão.

Nada disso pode ser imputado à **CONTRATADA** e **ela não pode ser punida pelo que não fez**. A prestação de serviços publicitários não pode ser confundida com serviços de pavimentação de vias...

A redação padronizada pode levar ao cometimento de condutas injustas, de todo indesejáveis.

No mais, nada a considerar."

Permanecemos à inteira disposição para auxiliar na boa condução do processo licitatório, através do e-mail sinapro@sinapropr.org.br, e ao aguardo da resposta sobre a decisão administrativa.

atendimentofontepublicidade@gmail.com

Assinado

D4Sign

Cordialmente,

Helcio José Gelbecke
Diretor-Presidente

Segue anexa: Ata de Eleição do Sinapro/PR

Link do Estatuto Social:

https://drive.google.com/file/d/1KqVqsMA-I2xCNVXd42Bd2yxJaEgXY0m9/view?usp=share_link

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapropr.org.br

E-mail: sinapro@sinapropr.org.br

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

D4Sign 03c3ddc9-e0f6-4806-9054-1b7ee2fe442d - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/verificar>
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.