



A  
**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO DO RIO ABAIXO**  
Comissão Especial de Licitações  
Rua Henriqueta Rubim, nº 280 – Niterói – São Gonçalo do Rio  
Abaixo – MG.  
[compras@camarasaogoncalo.mg.gov.br](mailto:compras@camarasaogoncalo.mg.gov.br)

## **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE CONCORRÊNCIA N° 001/2021**

**SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS SINAPRO - MG**, inscrito no CNPJ sob o nº 20.995.635/0001-83, com sede em Belo Horizonte / MG, na Rua Domingos Vieira, 587, Conjunto 913, Bairro Santa Efigênia, CEP 30150-240, na pessoa de seu Procurador, vem com fundamento no parágrafo 1º do artigo 41 da Lei 8.666/93, oferecer Impugnação ao Edital de CONCORRÊNCIA N°001/2021, aduzindo para tanto o que se segue.

### **I - DA SÍNTESE DOS FATOS**

A **CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO DO RIO ABAIXO** está promovendo licitação na modalidade Concorrência, com o objetivo de contratar empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda.

## II - DA INEXISTÊNCIA DAS DEVIDAS REMUNERAÇÕES AS SEREM PAGAS À AGÊNCIA

Nos termos dos dispositivos legais adotados pelo Edital 001/2021 da CMSGRA, e, listados no caput do mesmo, temos que a remuneração da Agência deverá seguir o seguinte:

Lei 4.680/65

Art 17. A atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

Decreto 57.690/66

Art. 7º Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho, todas do ano de 2001, e registradas no Cartório do 1º Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da cidade de São Paulo, respectivamente sob nº 263447, 263446 e 282131. ([Redação dada pelo Decreto nº 4.563, de 31.12.2002](#));

### Normas Padrão CENP

3.5 Nas transações entre Anunciantes e Agências tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” a estas Normas-Padrão.

3.6 Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

3.6.1 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

3.6.2 Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência “honorários” de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).

## Lei 12.232/2010

Art. 19. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Pelo exposto acima, temos que o Anunciante deve remunerar as Agências da seguinte forma:

1. Pelos custos internos, nominados na Lista de Referência de Custos Internos - SINAPRO;
2. Pelos honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores;
3. Pelos “honorários” de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento), quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

A Agência também faz jus ao desconto padrão, concedida à elas pelos veículos de divulgação, haja vista as determinações contidas nos artigos 4º e 19 da Lei 12.232/2010 e item 3.5 das Normas Padrão.

Entretanto, no Edital ora impugnado, existe tão somente a remuneração relativa aos custos internos, e ainda, com desconto de até 90% (noventa por cento) sobre a lista de referência de custos internos do Sinapro/MG.

Estas remunerações se mostram presentes em todas as licitações para contratação de serviços de publicidade, citaremos aqui apenas dois exemplos que podem nortear a CMSGRA, o primeiro, oriundo da ALMG (Concorrência 001/2020) e o segundo da SEGOV/ MG (Concorrência 001/2019):

ALMG

7.4 - A proposta de preços deverá indicar:

7.4.1. Honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 60% (sessenta por cento) incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, na versão vigente na data de publicação deste edital, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

7.4.2. Honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Essa hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da ALMG.

7.4.3 Honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10 % (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

7.4.4. Honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de suprimentos externos, e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, quando a responsabilidade sobre a produção, o acompanhamento e o faturamento for da licitante.

## SEGOV / MG

5.1A Proposta Comercial–invólucro 4, em caderno único, deve estar vinculada ao objeto que pretende adjudicar, sendo que os quesitos a serem valorados são os descritos abaixo, observando-se os liames legais e valores de mercado, os quais se adequam às necessidades da manutenção e qualidade de comunicação da SECRETARIA-GERAL, conjugando com a necessária exequibilidade do contrato a ser firmado, em respeito à devida execução dos serviços e considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública, ressaltando para tanto que não será aceito:

5.1.1 Desconto superior a 75% (setenta e cinco por cento) incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da apresentação da Proposta Comercial, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

5.1.2 Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores. 5.1.3 Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referentes à produção de peças e

materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

5.1.4 Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

5.1.5 Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por fornecedores.

Esta forma de remuneração privilegia o tirocínio da criação, do planejamento, do raciocínio da equipe técnica, bem como a capacidade de atendimento da Agência, trazendo para o órgão licitante a proposta mais vantajosa, não só aquela mais barata. Tem que se ter em mente que o objeto principal da licitação é conjunto de atividades realizadas integradamente que tem por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, inclusive digitais, com o intuito de difundir ideias e informar o público em geral.

Necessário se faz, que a CMSGRA reveja a forma de remuneração da Agência, uma vez que a persistir apenas a remuneração de até 10% (dez por cento) sobre a lista de referência de custos internos do Sinapro/MG, esta Tomada de Preços se mostrará totalmente inexecutável, frustrando o objetivado pela Câmara, que é fortalecer papel do Legislativo como legítimo mediador no debate das questões de interesse do cidadão, valorizando a oportunidade para estabelecer um diálogo permanente com a população, haja vista a necessidade natural dos cidadãos de São Gonçalo do Rio Abaixo de se manifestarem, de serem ouvidas e de se engajarem na política.

### III - DAS CONSEQUENTES ALTERAÇÕES TAMBÉM NA MINUTA CONTRATUAL

Em se alterando a forma de remuneração cabível à esta espécie de contratação, a CMSGRA deverá adequar a Minuta Contratual, parte integrante do Edital, afim de recepcionar não só o novo padrão remuneratório, mas também aquelas particularidades presentes no artigo 13 a 17 da Lei 12.232/2010 que resguardam as garantias contratuais do órgão licitante:

#### CAPÍTULO III

#### DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

Art. 13. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na [alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#), está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

#### **IV - DA ALTERAÇÃO DO MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

Em se alterando a forma de remuneração cabível à esta espécie de contratação, a CMSGRA deverá adequar a o Modelo de Proposta de Preços, parte integrante do Edital, afim de recepcionar o novo padrão remuneratório que será proposta pelas Agências licitantes.

#### **V- DA DEVIDA MOTIVAÇÃO DO ATO**

Caso seja mantido o entendimento da continuidade do certame, sem as devidas adaptações impostas pela Lei 12.232/2010, mister se motivar este requisito, pois estar-se-ia dirimindo um questionamento essencial à legalidade do ato administrativo.

Dar uma resposta adequada a um interesse juridicamente relevante passa por um processo de justificação legalmente permissível.

Para exercitar discricção adequadamente, diz outro princípio, deve-se dispensar adequada consideração ao mérito e aos fatos do caso individual, isto é, exige-se tratar os pontos-chaves de maneira racional, desenvolvendo-se argumentos informados. Racionalmente razoáveis são aqueles argumentos conclusivos e determinativos de respostas coerentes.



O dever de atuar, enfim, para atender a uma necessidade, decorre da percepção de que a autoridade possui um poder-dever de dar as respostas corretas para acudir a um interesse legalmente protegido.

Essa proteção é definida a partir da Constituição, consolidada nas leis e implementada pelo regulamento.

Uma falha grave na administração força a autoridade competente a investigar o assunto adequadamente e produzir uma resposta motivada.

À administração também cabe estabelecer mecanismos de avaliação dos resultados. Isso permite detectar falhas e gera oportunidade de reparação. Avaliar resultados revela um comprometimento com o controle de qualidade da justiça administrativa.

Por essas razões, é possível afirmar, com apoio na doutrina dominante, que a motivação dos atos administrativos configura exigência essencial ao Estado Democrático de Direito. De nada adiantaria a submissão da Administração Pública ao império da lei, se pudesse agir sem invocar os fundamentos fáticos e jurídicos de sua atuação, pois, nesse caso, não seria possível atestar a conformidade desta atuação com os parâmetros impostos pela ordem jurídica.

Consoante evidenciou CLÉLIO CHIESA:

"Sem a enunciação das razões que levaram a Administração a editar o ato, os administrados não teriam condições de averiguar, com precisão, se a Administração agiu nos estritos limites permitidos em lei; por conseqüência, não teriam como defender-se de eventuais arbitrariedades".

Esse é também o entendimento de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO:



"É inafastável, pois sejam declinados os motivos para poder-se aferir se deveras ocorreram, se tinham a compostura presumida e se ajustaram à hipótese legal. Sem isto não haveria como impugnar-lhes a realidade, nem sequer controlá-los em sede jurisdicional.

Fora isto impossível ou denegado pela ordem jurídica e o Estado de Direito, assim como todo o quadro da legalidade, consistiriam na mais rúptil e quebradiça das garantias, servindo apenas como verdadeiro atestado de uma cabal inseqüência do Direito e da mais absoluta inanidade de suas instituições.

Deveras, como contestar a validade de um ato por falta de motivo se eles não forem exarados? Como impugná-los se eles forem "secretos"? Como submetê-los ao crivo controlador, para garantia de direitos, se puderem ser de todos ignotos?

Sem a enunciação dos fatos e - no caso de discricção decisória - sem a exposição das razões de decidir, não haveria como submeter o ato ao foro de apreciação ao cabo do qual se poderá dizer se foi ou não legítima a providência administrativa; ou seja, não se terá como resolver se houve ou não válido embasamento do ato".

A necessidade de motivação do ato administrativo decorre de expressa disposição legal. Nos termos do art. 2º da Lei nº 9.784/99, "a Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência". Por sua vez, o parágrafo único, inciso VII, do mesmo dispositivo legal, exige a "indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão".

## **VI - DAS CORREÇÕES EDITALÍCIAS E DA DEVIDA NOVA PUBLICAÇÃO DO EDITAL E ABERTURA DOS PRAZOS**

Pelas razões fático-jurídicas anteriormente expendidas, conclui-se, de forma objetiva, que, se o aviso de licitação já foi publicado e o prazo para publicidade do certame encontra-se em curso, qualquer modificação substancial que se faça no instrumento convocatório e que afete não apenas a formulação das propostas, mas também as condições para habilitação, deverá ser comunicada aos eventuais interessados que já tenham retirado o ato convocatório, bem como novo aviso de licitação deverá ser publicado, obedecida a forma e intensidade do art. 21 da Lei de Licitações, reiniciando-se, conforme determina o § 4º do mesmo artigo, a contagem do prazo legal para a publicidade do certame.

Inclusive, não é demais lembrar que a própria Lei n.º 8.666/93 está carregada de tópicos de preocupação, acerca da responsabilização de eventuais responsáveis da disputa por: a) imposição de restrições indevidas à ampla concorrência; b) elaboração imprecisa de editais e c) inclusão de cláusulas que denotam o direcionamento do procedimento licitatório.

## **VII - DO PEDIDO**

Certos que a Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo, seguirá fielmente os seus valores e deveres administrativos, apresentamos nossos requerimentos:

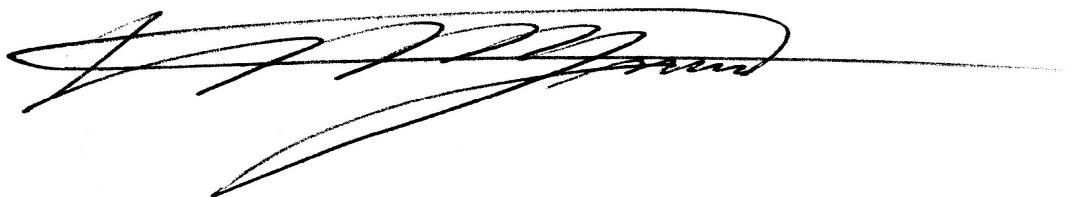
a) que seja acolhida a presente impugnação e julgada procedente;

b) que CMSGRA, proceda ao enquadramento do Edital ora impugnado aos ditames e normas procedimentais da Lei 4.680/65, do Decreto 57.690/66 e da Lei 12.232/2010, bem como às Normas Padrão do CENP, haja vista as razões interpostas, conforme requerido;

c) caso assim não entenda, que apresente a motivação ensejadora da necessidade da manutenção e finalização da Tomada de Preços ora impugnada, conforme se encontra.

Nesses termos, pede deferimento.

Belo Horizonte - MG, 29 de março de 2021.



P.p. SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO  
ESTADO DE MINAS GERAIS - SINAPRO / MG

Wanderlei Damasceno de Azevedo  
OAB/MG - 49.957