

ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**Ref.: Carta n.º 3/2020 – SECOM/GO**

TRILHA COMUNICAÇÃO EIRELI EPP, já qualificada nos Autos da Carta-Convite em referência vem, respeitosa e tempestivamente, **RECORRER** da Decisão tomada por essa R. Comissão, no julgamento das Propostas de Preços do qual tomou conhecimento em 31 de agosto de 2020, e o faz pelas razões de fato e direito a seguir expostas:

I - DA CONDIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO

1. Consta da Carta-Convite, item 4.2:

a) *“Item 4.2 – As agências de propaganda acima devem comprovar atividade disciplinada pela Lei Federal n.º 4680/1965, e que tenha obtido Certificado de Qualificação Técnica e de Funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei Federal n.º 12.232/2010”.*

2. Consta do art. 4º da Lei Federal n.º 12.232/10:

“Art. 4º - Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

*§1º - O certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – **CENP**, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das*

condições técnicas de agências de propaganda”.

3. O **CENP** é a única entidade fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda no Brasil.
4. Para obter o Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, sem o qual **não** poderá prestar serviços à Administração Pública, em todos os seus níveis, as agências de propaganda **devem** aderir às Normas-Padrão tuteladas pelo **CENP** e aos Anexos que delas fazem parte integrante. Ou seja, as agências de propaganda **devem** respeitar a ética, pautando por ela, seu relacionamento com os Clientes/Anunciantes e também com os Veículos, **aos quais, eticamente, comprometem-se a não fazer concorrência desleal.**
5. Se a agência de propaganda **não** observar as regras éticas contidas nas Normas-Padrão, pode perder sua Certificação perante o **CENP** e com ela, perderá o “desconto-padrão de agência” que lhe é concedido pelos Veículos de Divulgação. 

O **CENP** tem autoridade legal para tanto.

6. Na presente Carta-Convite, o Anexo "B" das Normas-Padrão foi afrontado por 09 das 10 licitantes que apresentaram suas Propostas de Preços e que estão sendo denunciadas perante o **CENP**, de sorte que, contratando as 03 primeiras classificadas, a **SECOM-GO**, expõe-se ao risco de receber desconto equivalente a **ZERO**, e ter que pagar ao Veículo, o preço cheio relativo à divulgação.

É de todos sabido que a agência de propaganda não pode intermediar a divulgação da mensagem e transferi-la ao Anunciante, por preço inferior ao que ele pagaria se fizesse a compra de mídia diretamente, junto ao Veículo.

As normas legais e éticas fazem parte integrante das **CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO DE UM EVENTO LICITATÓRIO**, em todos os segmentos, em especial no segmento de comunicação publicitária.

II - DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO

7. Consta expressamente do item 6.4 da Carta:

*"6.4. Pelos serviços prestados a **CONTRATADA** será* 

remunerada somente pela Comissão de Agência conforme estabelecido nos subitens 6.5 a 6.6.1.1 deste instrumento”,

completando no item 6.5:

*“6.5. A **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei Federal n.º 4.680/1965 e com o artigo 7º do Regulamento para Execução da Lei Federal n.º 4.680/1965, aprovado pelo Decreto Federal n.º 57.690/1966”.*

E como se não bastasse, afirma no subitem 6.5.1:

*“6.5.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do artigo 19 da Lei Federal n.º 12.232/2010”.*

8. Todos os diplomas legais citados dizem expressamente, que o “desconto padrão de agência” **PERTENCE À AGÊNCIA.**

O Veículo o concede à agência e ela não pode utilizá-lo para

rebaixar os preços praticados pelo Veículo.

9. O teor da Carta-Convite induz a crer que a **SECOM-GO**, durante **todo o evento**, respeitaria as normas legais e éticas a ele aplicáveis, tanto que no item 6.6 do Convite é dito:

*“6.6. A **CONTRATADA** repassará à **CONTRATANTE**, no mínimo, **3% (três por cento)** do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação”.*

O percentual apontado estava corretíssimo, vez que o valor estimado para execução do Convite, montava a R\$8milhões, considerado o disposto no Anexo “B” e seu Adendo, observadas as condições por ele estabelecidas, em conformidade com os Veículos.

É oportuno notar que o percentual de repasse do “desconto padrão de agência” oscila segundo o INVESTIMENTO FEITO EM MÍDIA PELO ANUNCIANTE.

Como tal investimento em mídia é considerado por nível da Administração Pública em que ocorrer a licitação, e

pressupondo que o Governo do Estado tenha investido até R\$40milhões anuais, também um repasse do “desconto-padrão de agência”, ao Anunciante, da ordem de 5% (cinco por cento) é adequado e foi aprovado em acordo com os Veículos.

10. No entanto não foi o que vimos quando as Propostas de Preços foram abertas, revelando uma absurda postura antiética pelas licitantes que ofertaram um repasse de 10% (dez por cento), como se o Governo-GO tivesse investido em mídia, acima de R\$ 100 milhões, o que não se comprova.

As 04 (quatro) primeiras colocadas ofertaram repasses em níveis percentuais que sequer foram discutidos com os Veículos: absolutamente ilegais, pois fraudaram **TODOS** os diplomas legais citados por essa R. Comissão, na Carta-Convite.

Causa espanto!

11. A Administração Pública deve dar exemplo de respeito à legislação vigente e aos Acordos celebrados entre as partes envolvidas.

Se constasse da Carta-Convite que as normas legais e éticas não seriam respeitadas, a Carta-Convite teria sido impugnada e somente agências de propaganda que respeitam as normas mencionadas, teriam comparecido ao evento.

12. Segundo lição ministrada pelo TCU, na obra "Licitações e Contratos - Orientações e Jurisprudência do TCU", 4ª edição, **para que o Convite permita contratação, são necessárias pelo menos 03 (três) propostas válidas, isto é, que atendam a todas as exigências do ato convocatório.** Como o ato convocatório não autoriza o desrespeito ao art. 11, da Lei n.º 4.680/1965; ao art. 7º do Regulamento da Lei n.º 4.680/1965, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/1965 e ao art. 19, da Lei n.º 12.232/2010, **TODAS** as Propostas de Preços que extrapolaram os limites convencionados com os Veículos, concretizados no Anexo "B" às Normas-Padrão, devem ser **DESCLASSIFICADAS**. Na realidade, apenas uma das Propostas de Preços é válida e sendo assim, a Carta-Convite não tem como gerar a contratação de 03 (três) agências de propaganda, causando a anulação do pleito licitatório.

13. Não bastasse tudo quanto exposto, é necessário lembrar o risco que Administração corre, quando acolhe Propostas de Preços com valores irrisórios, simbólicos, incompatíveis com o preço dos insumos e dos salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos.

E o risco ainda é maior quando há incentivo a práticas reprováveis.

Na feliz lição do Prof. Marçal Justen Filho, na obra “Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos”, 14^aed., p. 654, n. 5.2.2,

“Admitir generalizadamente a validade de propostas de valor insuficiente pode significar um incentivo a práticas reprováveis. O licitante vencedor procurará alternativas para obter resultado econômico satisfatório. Isso envolverá a redução da qualidade da prestação, a ausência de pagamento de tributos e encargos devidos, a formulação de pleitos perante a Administração e assim por diante”.

III - DO RECURSO

14. Ante o exposto, **TRILHA COMUNICAÇÃO EIRELLI - EPP** requer o conhecimento e provimento do presente **RECURSO**, a fim de desclassificar **todas** as **PROPOSTAS DE PREÇOS** com valores incompatíveis com aqueles estabelecidos no art. 11, da Lei n.º 4.680/1965, e no art. 7º de seu Regulamento, onde se lê:

*“Art. 7º - Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso de 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 (...)**”*

bem como as que impliquem em contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem em concorrência desleal face aos Veículos, conforme dispõe o art. 17, alínea “f” do Regulamento.

Ademais, requer que a decisão tomada em face do presente **RECURSO**, seja devidamente fundamentada, a fim de que seja possível a correção, em âmbito ético ou judicial, de eventuais ilegalidades remanescentes.

Termos em que
P. Deferimento.

data

a) *Márcia M. Barbosa Lueda Freitas*
TRILHA COMUNICAÇÃO EIRELI - EPP