

**ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA
CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU - SC.**

Ref. Concorrência Pública n. 001/2024

CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., pessoa jurídica de direito privado, com sede na rua José Carlos Daux, 600, Ed. Alfama, sala 203, João Paulo, Florianópolis/SC, inscrita no CNPJ sob nº 82.123.266/0001-96, por seu representante legal, o Sr. Thiago Filomeno, vem, em prazo tempestivo, perante vossa excelência, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão que **julgou as propostas das licitantes**, no processo licitatório em epígrafe, na forma da **Ata da Sessão Pública de Abertura dos Envelopes de nº 04, contendo propostas comerciais**, consoante fundamentos apresentados nas razões do recurso anexo.

Presentes os requisitos de admissibilidade, requer seja encaminhado o presente recurso à Autoridade Superior para julgamento.

Nestes termos, requer deferimento.

Florianópolis/SC, 4 de dezembro de 2024.

Thiago Fernandes Filomeno
CEO
Criação Propaganda e Publicidade LTDA

EXCELENTÍSSIMO (A) SENHOR (A) DIRETOR (A) GERAL DA CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU -SC.

Ref. Concorrência Pública n. 001/2024

CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., pessoa jurídica de direito privado, com sede na rua José Carlos Daux, 600, Ed. Alfama, sala 203, João Paulo, Florianópolis/SC, inscrita no CNPJ sob nº 82.123.266/0001-96, por seu representante legal, o Sr. Thiago Filomeno, vem, em prazo tempestivo, perante vossa excelência, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão que **julgou as propostas comerciais das licitantes**, no processo licitatório em epígrafe, na forma da **Ata da Sessão Pública de Abertura dos Envelopes de nº 04, contendo propostas comerciais**, consoante fundamentos apresentados nas razões do recurso a seguir.

I. BREVE RESUMO FÁTICO

O certame em epígrafe, qual seja a Concorrência Pública n. 001/2024, encontra-se na fase de julgamento das propostas comerciais das licitantes que avançaram na disputa após a fase de julgamento das propostas técnicas.

O julgamento das propostas comerciais se deu com base na avaliação das propostas dispostas nos envelopes de nº4, os quais foram abertos e pontuados em sessão pública, com relação a cada uma das licitantes remanescentes, realizada na data de 02.12.2024.

Por ocasião do referido julgamento, foi publicada a **Ata da Sessão Pública de Abertura dos Envelopes de nº 04, contendo propostas comerciais**, no site da Câmara Municipal de Blumenau¹, na data de 02.12.2024.

Ocorre que o julgamento, no entanto, está fulminado de ilegalidades, que apontam para a necessária desclassificação das propostas apresentadas pelas licitantes TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., conforme passa a demonstrar, a fomentar a reforma da aludida decisão.

II. DAS RAZÕES RECURSAIS

Antes mesmo de adentrar o mérito do julgamento das propostas comerciais, é necessário fazer alguns apontamentos preliminares relevantes.

O Edital da Concorrência Pública n. 01/2024 traz, desde o seu preâmbulo, a determinação de que o procedimento licitatório em deslinde é regido pela Lei Federal n 14.133/2021 e pela **Lei Federal específica de n. 12.232/2010**². Ademais, faz referência expressa à aplicabilidade, *in casu*, da **Lei Federal n. 4.680/1965**³.

Nesse passo, cumpre salientar o que determina o art. 4º, *caput* e §1º, da Lei 12.232/2010:

“Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda **cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 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 previsto no caput deste artigo 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

¹ Disponível em: <https://camarablu.sc.gov.br/concorrenca-n-01-2024/>.

² A CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU, inscrita no CNPJ sob o n. 83.184.226/0001-17 comunica aos interessados que no dia 30/10/2024, às 9:00 horas, realizará abertura da licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo TÉCNICA E PREÇO, destinada ao recebimento de propostas para a CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, em conformidade com a Lei n. 14.133/2021 e com a Lei n. 12.232/2010, que regulamenta o art. 37, XXI, da Constituição Federal de 1988 e legislação pertinente.

³ 1.1. A agência atuará por conta e ordem do Câmara Municipal de Blumenau, em conformidade com o art. 3º da Lei n. 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.

entidade equivalente, legalmente reconhecida como **fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.**” – grifou-se

No que toca à Lei Federal n. 4.680/1965, por sua vez, destaque-se o seu art. 17:

“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.” – grifou-se

Ademais, é salutar a referência ao Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, o qual **aprova o regulamento para a execução da Lei Federal n. 4.680/1965,** dispondo, em seu art. 7º, o seguinte:

“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” – grifou-se

Resta translúcido, desta forma, que as atividades relacionadas aos serviços de propaganda devem obediência à normativa reconhecida nos dispositivos legais mencionados, quais sejam, as **“Normas-Padrão da Atividade Publicitária”**⁴, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, entidade fiscalizadora, certificadora e regulamentadora da atividade profissional, conforme reconhecido pela legislação federal.

Ora, o Edital da CP n. 001/2024 não se afasta de tal determinação, prevendo inclusive a obrigação, em sede de exigências de qualificação técnica, do certificado de qualificação técnica fornecido pelo CENP, consoante dispositivo presente no item 6.15.2⁵,

⁴ Doc. 01. Normas-Padrão da Atividade Publicitária

⁵ 6.15.2. Apresentação de certificado de qualificação técnica de funcionamento, expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda

além de prever expressamente na alínea IV, item “B.15” do Termo de Referência, a necessidade de seguir todos as leis e regulamentos federais aplicáveis⁶.

Para todos os efeitos, portanto, a Concorrência Pública n. 001/2024 deve acatar às disposições da CENP quanto às normas padrão da atividade publicitária, conforme ditam todos os regulamentos federais citados e referendados no próprio instrumento convocatório do certame.

Nesse diapasão, leia-se o que determina o regulamento relativo às “Normas-Padrão da Atividade Publicitária” editadas pelo CENP, atualizadas no ano de 2024, ao item 3.6, e subitens 3.6.1 e 3.6.2:

“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)”

Ora, deste modo, têm-se que a CENP estabelece regra inafastável quanto aos descontos relativos a honorários devidos às Agências de Publicidade sobre serviços de terceiros e suprimentos inerentes à atividade publicitária. O dispositivo estabelece percentuais mínimos a depender da forma como se dá a relação entre a Agência de Publicidade e os Anunciantes.

No caso do certame em apreço, têm-se a incidência da situação descrita no item 3.6.2, na qual a Agência de Publicidade tem atuação limitada, funcionando mais como

⁶ 15. dar integral cumprimento a todas as leis e regulamentos federais, estaduais e municipais que dizem respeito à execução dos serviços contratados, responsabilizando-se por quaisquer sanções ou prejuízos a que der causa;

intermediadora, por meio da contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, como fica claro pela leitura da cláusula IV, item 4 do Termo de Referência, descritivo da forma de veiculação da propaganda, bem como do item “B”, subitens 8 e 9, referente às obrigações da Contratada:

“4.Veiculação

4.1. O pagamento dos serviços será realizado pelo CONTRATANTE diretamente ao veículo de comunicação, após os recebimentos definitivo e provisório, de acordo com as respectivas Ordens de Serviço emitidas pela Diretoria de Comunicação, condicionado à apresentação dos seguintes documentos:

(...)

8. somente realizar serviços/despesas com **produção** e veiculação, ou qualquer outra relacionada ao objeto do CONTRATO, mediante anuência da CONTRATADA;

9. **orientar a execução e supervisionar os trabalhos realizados por terceiros** e aprovadas previamente pelo CONTRATANTE;”

Com isso em vista, é notório que, em harmonia com o item 3.6.2 das Normas-Padrões da Atividade Publicitária editadas pela CENP, há incidência de honorários em favor da Agência **de no mínimo de 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento)** sobre os serviços despesas com produção e suprimentos, sendo impossível, portanto, apresentar desconto que escape a essa margem, seja superando-a ou estando abaixo do seu estabelecimento. Eis, por conseguinte o que determina o dispositivo normativo.

Ora, apesar de não haver expressa disposição no Edital da CP n. 001/2024 quanto à margem mínima de desconto de 5% (cinco por cento) a título de honorários, tal inexistência não importa no afastamento da disposição normativa, visto que cogente por força da normativa federal aludida pelo próprio Edital, **sendo inafastável a sua incidência**. É o que restava esclarecer, havendo de se avançar ao mérito do julgamento.

Vestindo-se tal lente interpretativa, analise-se as pontuações atribuídas por ocasião da Ata da Sessão Pública de Abertura dos Envelopes de nº 04, contendo propostas comerciais:

Agência	Custos internos	Honorários	Total de pontos
Criação Propaganda e Publicidade Ltda.	40 pontos (equivalente a 60% de desconto)	40 pontos (equivalente a 5% de desconto)	80 pontos
Tempo Brasil Comunicação Ltda.	44 pontos (equivalente a 70% de desconto)	45 pontos (equivalente a 0% de desconto)	89 pontos
Engenho de Ideias Comunicação Ltda.	44 pontos (equivalente a 70% de desconto)	45 pontos (equivalente a 0% de desconto)	89 pontos

Na tabela, as licitantes TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA. e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. receberam a pontuação de 45 pontos referente aos honorários, com base na atribuição de **0% de honorários sobre serviços/despesas com terceiros.**

Portanto, a proposta comercial de ambos os Recorridos ofende os comandos normativos citados, em especial o item 3.6.2 das normas-padrão do CENP, que define em **5% o montante mínimo de tais honorários.**

Aliás, a apresentação de proposta comercial pelas Recorridas contendo honorários de 0% sobre os serviços de terceiros é mesmo incoerente com as propostas técnicas por si apresentadas, havendo, além da violação externa aos diplomas legais, contradição interna nessas propostas, dada sua contradição ao que assinalado nas propostas técnicas⁷, nas quais ambas as licitantes contabilizam para si valores a título de honorários sobre os serviços de terceiros, evocando o pagamento de honorários.

Quanto à TEMPO BRASIL:

Proposta Técnica
Anexo único
Plano de Comunicação Publicitárias

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	TOTAL (R\$)
Televisão	48	71.058,00	3.094,42	8.700,00	1.305,00	84.157,42
Rádio	204	35.452,99	2.157,42	3.100,00	465,00	41.175,41
Jornal	4	12.355,88	2.279,76			14.635,64
Internet	3.115.000	35.142,05	10.074,99	4.200,00	630,00	50.047,04
Mídia	10	11.400,00	1.788,72	1.500,00	225,00	14.913,72
Não Mídia	3		8.588,29	2.400,00	360,00	11.348,29
Outros				3.040,00	456,00	3.496,00
Total dos custos de produção						54.364,60
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)*						165.408,92
TOTAL GERAL						219.773,52

Relativo à ENGENHO DE IDEIAS, por sua vez:

⁷ As propostas técnicas podem ser visualizadas pela publicação das vias não identificadas, as quais, conforme Ata da Sessão Pública de Abertura dos Envelopes nº 02 são: Via identificada “B”: Tempo Brasil Comunicação Ltda. Via identificada “F”: Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

Proposta Técnica
Anexo único
Plano de Comunicação Publicitária

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR TOTAL(R\$)
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	
Televisão	1	53.990,00	3.094,42	4.200,00	630,00	61.914,42
Rádio	1	81.022,80	2.157,42	1.600,00	240,00	85.020,22
Jornal	1	14.658,88	775,53			15.434,41
Internet	3	14.315,80	6.228,26			20.544,06
Mídia						
Não Mídia	5.002		7.522,42	18.850,00	2.827,50	29.199,92
Outros	1		1.589,83			1.589,83
Total dos custos de produção						33.522,50
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)						163.987,48
TOTAL GERAL						218.877,86

Veja-se que ambas as Recorridas inseriram valores a título de *honorários* ao apresentarem suas propostas técnicas, porém, na complementar fase de propostas de preços, ousaram lançar *valor zero* a esse título, ou seja 0% de honorários, contradizendo-se em relação à proposta comercial e, principalmente, em violação aos comandos normativos citados que impedem a fixação de honorários inferiores a 5%.

Nestes termos, ao atribuírem percentual zero à título de honorários sobre serviços de terceiros, incorrem em flagrante ilegalidade, ignorando completamente a disposição das “Normas-Padrão da Atividade Publicitária” editadas pela CENP, especialmente no seu item 3.6.2. Por ignorarem o comando normativo, apresentam proposta marginal e inexecutável, além de contrariar dever legal ressaltado pelo próprio Edital da CP n. 001/2024.

Trata-se, desta forma, de conduta ilegal, que contraria a legislação federal e o instrumento convocatório, não podendo prevalecer. Mais do que isso, aponta para inexecutabilidade das propostas, não havendo senso em subsistir proposta que fornece serviços com valor nulo, podendo vir a incorrer em intempéries ao momento da execução contratual. Aliás, tal conduta configura condição antieconômica e anticoncorrencial, com

flagrante concorrência desleal, o que é vedado pela mesma “Norma-Padrão da Atividade Publicitária”, em seu item 2.9.⁸

Portanto, premente a desclassificação das propostas apresentadas pelas licitantes TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., por não se atentarem ao percentual mínimo determinado pela entidade reguladora da matéria, o CENP, no item 3.6.2. das “Normas-Padrões da Atividade Publicitária”.

Subsidiariamente, caso o entendimento seja diverso, no sentido de que o Edital permitiria a oferta de honorários abaixo de 5%, consubstanciado na tabela presente no item 5.6.2 do Edital da CP n. 001/2024, a conclusão deve ser pela necessária anulação do certame, dada sua incompatibilidade com as normas regentes, já citadas.

É que ao indicar no Edital uma tabela supostamente permissiva da oferta de honorários de 0% sobre os serviços de terceiros, portanto abaixo do mínimo legal, tem-se evidente ilegalidade, impossível de prevalecer no caso concreto, a exigir a declaração de que o certame padece de vício que aponta para a sua anulabilidade, visto a sua ilegalidade e contradição, por ofender as normas federais e do CENP que deveriam balizar as regras editalícias.

Em suma, diante da ilegalidade das propostas de preços das Recorridas, pugna-se pela sua desclassificação. Subsidiariamente, requer-se a declaração de ilegalidade da cláusula 5.6.2 do Edital da CP n. 001/2024, com a consequente anulação do certame.

III. REQUERIMENTOS

Ante o exposto, requer-se pelo recebimento do presente recurso e os documentos que o instruem, para fins de conhecimento pela autoridade competente, com o acolhimento das presentes razões recursais, reformando-se a decisão recorrida para declarar **desclassificadas** as propostas de preço apresentadas pelas licitantes TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., por não se

⁸ 2.9 Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea “f” do Dec. nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem concorrência desleal, podendo o CENP, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 74 dos seus Estatutos, bem como representar à autoridade competente, para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

atentarem ao percentual mínimo de honorários sobre serviços/despesas de terceiros determinado pela entidade reguladora da matéria, o CENP, no item 3.6.2. das “Normas-Padrões da Atividade Publicitária”.

Subsidiariamente, caso entendido que o item 5.6.2 do Edital permitiria tal oferta, requer-se seja declarada a ilegalidade do referido dispositivo, por ofensa ao item 3.6.2. das “Normas-Padrões da Atividade Publicitária”, com a conseqüente anulação do certame.

Nestes termos, pede deferimento.

Florianópolis/SC, 3 de dezembro de 2024.

Thiago Fernandes Filomeno
CEO
Criação Propaganda e Publicidade LTDA