

**ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DO MINISTÉRIO DO TURISMO
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 90003/2024 - UASG 540006**

I. INTRODUÇÃO

Prezados Senhores,

A Federação Nacional das Agência de Propaganda - FENAPRO, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 48.701.155/0001-81, na qualidade de Entidade Sindical de grau superior, representante legal da categoria econômica das Agências de Propaganda em todo o território brasileiro, vem, respeitosamente, por intermédio de seu Presidente, que abaixo subscreve, na defesa dos interesses da categoria, vem à presença de Vossas Senhorias apresentar solicitação de retificação do **EDITAL Nº 90003/2024**.

A presente impugnação visa questionar as disposições do edital de Concorrência Pública nº 90003/2024, publicada pelo Ministério do Turismo, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade. Após análise jurídica do edital, foram detectados diversos pontos que foram levantados para garantir a legalidade, razoabilidade, proporcionalidade, impessoalidade, isonomia, moralidade, publicidade e eficiência do processo, além de zelar pelos direitos e interesses individuais e coletivos de seus associados, contribuir para a proteção da atividade econômica das agências de propaganda, bem assim colaborar para a segurança jurídica da contratação almejada.

Com fundamento nos termos do referido Edital, bem como nas bases que norteiam o Direito Administrativo, solicitamos tais correções que serão aqui apontadas por meio de **IMPUGNAÇÃO E ORIENTAÇÕES DE RETIFICAÇÃO**, a seguir

II. DOS PEDIDOS

**1. PERCENTUAL DE REPASSE DE 6% E IMPACTO NO EQUILÍBRIO
ECONÔMICO-FINANCEIRO DAS AGÊNCIAS**

O edital fixa um percentual mínimo de repasse de 6% sobre o desconto de agência, enquanto as **Normas-Padrão da Atividade Publicitária** estabelecem um limite máximo de 5%. Este ajuste é essencial para garantir a conformidade do edital com as normas vigentes e evitar um ônus desproporcional às agências contratadas. Além disso, há uma **inconsistência entre o edital e a minuta contratual**, que estabelece o repasse correto em 5%, reforçando a necessidade de alinhamento.

Assim, deve ser revisado o percentual de repasse para 5%, em conformidade com as Normas-Padrão e um minuto contratual.

2. DIFERENÇA ENTRE EDITAL E MINUTA DE CONTRATO

Como exposto acima, o percentual de desconto exigido no Edital de 6% diverge do especificado na Minuta do Contrato, onde estabelece percentual de 5%, o que compromete a segurança jurídica e gera ambiguidade para os participantes do determinado.

A manutenção de dois percentuais distintos pode acarretar litígios e prejuízos financeiros para as agências, exigindo, portanto, uma revisão para alinhamento completo.

3. EXIGÊNCIA INDEVIDA DE PROPOSTA DE PREÇO NA MODALIDADE "MELHOR TÉCNICA"

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.

4. CRITÉRIOS SUBJETIVOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

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.

No **subitem 12.2.1.4**: a alínea “a” tem seu texto repetido na alínea “b”, ambas do subitem em referência, com uma única diferença: na alínea “a”, a expressão resume-se a “... com a verba referencial...”; e na alínea “b”, na 2ª linha, ela se concretiza em “... com a verba referencial para investimento...”.

Como entender a expressão “... com verba referencial para investimento...”, se do Briefing, item 7, consta: “O valor referencial destinado ao investimento na ação publicitária, conforme definido para o estudo da licitação, é de R\$20.000.000,00 (vinte milhões de reais). Este montante abrange as etapas de criação, produção, veiculação, desenvolvimento, exposição e/ou distribuição da campanha.”

Que outra informação as licitantes deverão prestar para atender ao disposto na alínea “b” do subitem 12.2.1.4, além do que consta no item 7 do Briefing?

5. DISPOSIÇÕES FINAIS

No item 30.15: a alínea “e” deve ser eliminada. Com o advento da Lei nº 12.232/2010, a exigência de “Projeto Básico” deixou de vigorar, como leciona o Prof. Dr. Marçal Justen Filho, na obra “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010”, ed. Fórum, p. 245, n. 2.4.1, a saber:

“A ausência de previsão na Lei nº 12.232 sobre a elaboração de projeto básico e de orçamento detalhado não é casual. Tal como exposto, as peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas.

Uma parcela significativa das atividades e das despesas correspondentes não comporta predeterminação em momento anterior à instauração da licitação. Somente por ocasião da execução do contrato é que a campanha publicitária será concebida. Anote-se que as ofertas apresentadas na licitação não se referem à execução de um “projeto básico”, nem se referem a custos previstos em um “orçamento detalhado”.

As considerações anteriores devem ser interpretadas em termos. Em muitos casos, a licitação para serviços de publicidade contempla a exigência de previsão de custos unitários, relativamente a aspectos da prestação a ser executada. Essa hipótese não se confunde com a exigência de um orçamento completo e detalhado quanto à integralidade dos valores a serem desembolsados na execução da futura contratação. Uma parcela significativa desses

custos somente será determinável depois de formalizada a contratação e tomando em vista as condições e circunstâncias de cada campanha publicitária.”

Segundo o disposto no art. 6º, inc. II, da Lei nº 12.232/2010, “as informações suficientes para os interessados elaborarem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva”.

Sempre tendo presente que, de acordo com o art. 186, da Lei nº 14.133/2021, ela se aplica à Lei nº 12.232/2010, apenas subsidiariamente.

Sugere-se incluir, no Edital, a cláusula abaixo indicada:

“As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e serviços especializados e dos veículos de divulgação serão publicadas no site da CONTRATANTE na Internet, ficando à disposição de quaisquer interessados, para dar cumprimento ao disposto no art. 16 da Lei nº 12.232/2010.”

6. PROJETO BÁSICO

Deve ser eliminado, sendo substituído conforme, a Lei nº 12.232/2010, pelo “briefing”.

Como o “Estudo Técnico Preliminar 2/2024” esclarece em seus itens 4.23 e 4.24, o “projeto básico/termo de referência” não é exigido em se tratando de licitação que tenha por objeto serviços de comunicação de natureza publicitária.

Dizemos mais: a Lei nº 12.232/2010 deixou de considerar, simplesmente, a necessidade de elaboração do “projeto básico/termo de referência” em licitações por ela regidas. A interpretação do Edital não pode se dissociar das regras contidas na Lei nº 12.232/2010, “que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda”.

Ademais, o Poder Executivo Federal possui minutas padronizadas de Edital, cuja adoção é obrigatória pelo Ministério do Turismo, e delas não consta cláusula exigindo a elaboração do “Projeto Básico”, que integra o Edital de Concorrência nº 90003/2024, como Anexo V.

De ter presente que a Lei nº 14.133/2021 só é aplicável à Lei nº 12.232/2010, que rege o presente pleito licitatório, subsidiariamente, nos termos do seu art. 186, que assim dispõe:

“Art. 186. Aplicam-se as disposições desta Lei subsidiariamente à [Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), à [Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004](#), e à [Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010](#).”

A Lei nº 14.133/2021 **não altera** – e nem pode alterar – a Lei nº 12.232/2010, que determina a inclusão das informações suficientes para a elaboração das propostas, **apenas em briefing**, banindo o “Projeto Básico” e/ou “Termo de Referência”, como anexos ao Edital”.

III. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o exposto, a **FENAPRO** requer o conhecimento e provimento da presente impugnação, a fim de corrigir as irregularidades constantes do edital e seus anexos para garantir a conformidade com a legislação vigente e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, em especial para:

1. Ajuste do percentual de repasse ao máximo de 5%;
2. Exclusão da exigência de proposta de preço na modalidade "Melhor Técnica";
3. Alteração dos Critérios de Julgamento Das Propostas, trazendo mais clareza, exatidão e transparência para os licitantes, e
4. Eliminação do Projeto Básico, conforme estabelecido na Lei nº 12.232/2010.

Nestes termos, pede deferimento.

São Paulo/SP, 01 de novembro de 2024.

DANIEL.QUEIROZ@AMPLA.COM.BR

Assinado

D4Sign

DANIEL QUEIROZ

PRESIDENTE

FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO

EDITAL DO MINISTÉRIO DO TURISMO pdf

Código do documento e94b4dff-0a49-44ad-8be8-978a93c3fd1f



Assinaturas



Daniel José Queiroz Ferreira
DANIEL.QUEIROZ@AMPLA.COM.BR
Assinou

Daniel Queiroz

Eventos do documento

08 Nov 2024, 12:45:12

Documento e94b4dff-0a49-44ad-8be8-978a93c3fd1f **criado** por MARCELO LIMA RIBEIRO (795666fd-d673-47a2-a801-02c28cc24d41). Email: contato@fenapro.org.br. - DATE_ATOM: 2024-11-08T12:45:12-03:00

08 Nov 2024, 12:46:12

Assinaturas **iniciadas** por MARCELO LIMA RIBEIRO (795666fd-d673-47a2-a801-02c28cc24d41). Email: contato@fenapro.org.br. - DATE_ATOM: 2024-11-08T12:46:12-03:00

08 Nov 2024, 13:39:09

DANIEL JOSÉ QUEIROZ FERREIRA **Assinou** - Email: DANIEL.QUEIROZ@AMPLA.COM.BR - IP: 187.21.13.219 (bb150ddb.virtua.com.br porta: 4492) - **Geolocalização:** [REDACTED] - Documento de identificação informado: [REDACTED] - **Assinado com EMBED** - Token validado por **email** - DATE_ATOM: 2024-11-08T13:39:09-03:00

Hash do documento original

(SHA256):e4a9568dec0af9c9f0590a85ea6c75ec9fed71ec05549bdfb418a0e3f74b6318
(SHA512):a2430ada3ee8e74c9ecfe32940dc3e4bdce4261870fcfa7a7d9a43e5f07a9972f6b216b301281784394d5ca716c610ebfa95f65d5af9591b178744588f70cc84

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign