

PROCESSO/PROCOLO: 14.459.636-6
INTERESSADO: WD COMUNICAÇÃO LTDA. – EPP
ASSUNTO: IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2016 - SECS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2016 - SECS

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

RESPOSTA À IMPUGNAÇÃO

REFERÊNCIA: Edital da Concorrência nº 01/206 – SECS, sob Protocolo nº 14.242.572-6

OBJETO: Contratação de 5 (cinco) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, para atender a Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual, incluídas as Empresas Públicas, Autarquias e Sociedades de Economia Mista, e os Serviços Sociais Autônomos.

IMPUGNANTE: WD Comunicação Ltda. - EPP

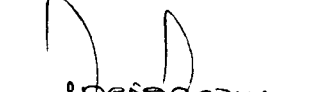
A Comissão Especial de Licitação, nomeada pela Resolução nº 10/2016-SECS, no uso de suas atribuições, observando o disposto no item 6.5 do edital, apresenta, após análise e julgamento, resposta à impugnação em epígrafe, na forma constante em anexo, parte integrante deste documento.

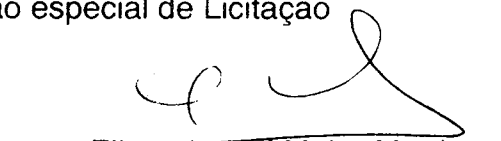
Curitiba, 10 de fevereiro de 2017.


Dirce Maria Reinehr

Presidente da Comissão especial de Licitação


José Apoloni Filho
Membro


Florisday Da Fonseca
Membro


Eliana Isabel Maba Martinez
Membro


Cicemara Aparecida Daniel Cordeiro
Membro

*Realizado
10/02/17*

PROCESSO/PROTOCOLO: 14.459.636-6
INTERESSADO: WD COMUNICAÇÃO LTDA. – EPP
ASSUNTO: IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2016 - SECS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2016 - SECS

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

A empresa **WD COMUNICAÇÃO LTDA. – EPP** apresentou impugnação ao Edital da Concorrência nº 01/2016, cujo objeto é a contratação de 5 (cinco) agências de propaganda para serviços de publicidade, para atender a Administração Direta e Indireta do Poder Executivo do Estado do Paraná.

A impugnante insurgiu-se em relação aos seguintes pontos do edital:

- a) Item 1.1;
- b) Objeto;
- c) Vinculação da execução do serviço por meio do Manual de Procedimento de Seleção interna;
- d) Item 3.2;
- e) Item 9;
- f) Item 12.2.2;
- g) Item 15.2;
- h) Itens 16.2.4.1 e 16.2.4.3.

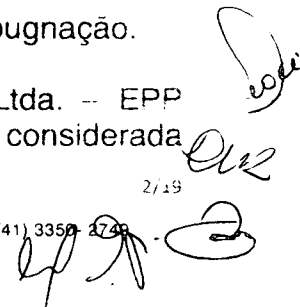
A impugnante requer a nulidade do edital e a imediata suspensão de todos os atos de prosseguimento do certame, até decisão final da Comissão Especial de Licitação.

É o breve relatório.

I. DOS REQUISITOS DE ADMISSIBILIDADE

O item 6 do edital dispõe sobre as regras para a sua impugnação.

Considerando-se que a empresa WD Comunicação Ltda. – EPP retirou o edital de licitação na forma prevista no Aviso de Licitação, é considerada



como licitante, nos termos do disposto no item 6.1.1 do edital.

O pedido de impugnação foi protocolizado fisicamente na Secretaria de Estado da Comunicação Social, restando atendido o item 6.2 do edital e o disposto no §2º do Art. 41 da Lei Federal nº 87.666/1993.

A impugnação ao edital foi protocolada por referida empresa em 07/02/2017, portanto, dentro do prazo estipulado no inciso II do item 6.1, restando tempestiva a insurgência.

Merece ser recebida a impugnação sob foco.

Nos termos do item 6.4 do edital e do §3º do Art. 41 da Lei Federal nº 87.666/1993, por ter sido a impugnação feita tempestivamente pela licitante, não a impede de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

II. DO MÉRITO

A Comissão Especial de Licitação para a analisar cada um dos pontos constantes da impugnação do edital.

II.1. Da Impugnação do Item 1.1 do Edital

A empresa impugnou o item 1.1 do edital alegando que, ao nomear a servidora Dirce Maria Reinehr, teria havido violação do artigo 30, §3º, da Lei Estadual nº 15.608/2007, que imputa necessidade de dois servidores efetivos do quadro permanente "do órgão da Administração responsável pela Administração" (*sic*).

Dispõe o item impugnado, *in verbis*:

"1.1 O Estado do Paraná, representado pela Secretaria de Estado de Comunicação Social, doravante denominada SECS, por intermédio da Comissão Especial de Licitação nomeada pela Resolução nº 10/2016/SECS, de 31 de outubro de 2016, publicada no Diário Oficial do Estado do Paraná, Edição nº 9832, de 30 de novembro de 2016, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo técnica e preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda."

Na verdade, a insurgência da empresa não é contra o item do edital, mas sim em face de um integrante da Comissão Especial de Licitação.



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Comunicação Social

Cumpra esclarecer que a servidora Dirce Maria Reinehr, nomeada como membro da Comissão especial de Licitação pela Resolução nº 10/2016/SECS, publicada no Diário Oficial do Estado sob Edição nº 9.832, de 30/11/2016, é servidora efetiva do Estado do Paraná desde 1994, já tendo integrado várias Comissões de Licitação, inclusive a da licitação anterior da Secretaria de Estado da Comunicação Social, com mesmo objeto, do ano de 2011 – Concorrência nº 01/2011.

Tal servidora encontra-se designada para prestar serviços no Grupo Financeiro Setorial da Secretaria de Estado da Comunicação Social desde 2004, sendo a última designação efetivada através da Resolução SEFA 009, de 12 de janeiro de 2015.

Importante asseverar que o concurso público é para que o aprovado venha a integrar o quadro do Estado do Paraná, sendo, após, lotado em órgãos específicos.

A servidora objeto da insurgência é efetiva e encontra-se lotada na Secretaria de Estado da Comunicação Social há 12 (doze) anos. O fato de a servidora ser agente fazendária, em nada afronta a legislação invocada pela impugnante, tampouco se observa mácula à moralidade por sua participação em Comissão Especial de Licitação.

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação a participação da referida servidora efetiva na Comissão Especial de Licitação, nos termos alegados pela impugnante.

II.2. Da Impugnação do Objeto da Licitação

A empresa impugnou o Objeto do edital, alegando a inclusão de empresas públicas e sociedades de economia mista "sem a especificação da autorização dos administradores, conselho de administração e orçamentos próprios, e ou indicação de convênio/contrato que preveja o aporte de recursos/repasses", fato que, segundo a impugnante, indicaria

"... imprecisão da fonte de pagamento, e o custeio pelo erário de despesas de empresas com autonomia financeira/administrativa/orçamentária, com alteração na apuração de resultados das referidas empresas e seus balanços".

Alega a impugnante, ainda,

4/19



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO

Secretaria da Comunicação Social

“... violação da Lei Orçamentária e Lei de Diretrizes Orçamentárias, Lei Complementar 101/200, Leis Estaduais constitutivas das pessoas jurídicas, e do artigo 147, parágrafo único, face a não indicação da forma de custeio das referidas entidades no ANEXO V.”

Da análise da insurgência, não se observa que haja impugnação ao objeto propriamente dito, conforme assevera a impugnante, mas sim em relação à inclusão de empresas públicas e sociedades de economia mista no certame e suas consequências para o erário do Estado, o que parece fugir ao escopo do edital (fase externa), estando afeto ao processo administrativo (fase interna) e sua análise posterior pelos órgãos de controle interno e externo.

A Lei nº 12.232/2011 é aplicável a todos os entes da federação, da Administração Direta e Indireta.

Quanto ao Objeto, segue estritamente o disposto no Art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2011, que define e limita o escopo do conceito de serviços de publicidade para efeitos da lei, cuja redação é semelhante à definição dada pelo art. 3º da Lei nº 4.680/65, que trata das profissões de publicitário e de agenciador de propaganda.

Em relação à inclusão de empresas públicas e sociedades de economia mista na licitação, a Lei Estadual nº 8.468, de 16 de março de 1987, que criou a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECS, definiu o papel centralizador da SECS na contratação dos serviços sob foco, dispondo em seu Art. 1º, *in verbis*:

“Art. 1º. Fica criada a Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECS, com o objetivo de planejar, coordenar a execução e dirigir as atividades relativas à área de Comunicação Social do Estado, abrangendo todas as unidades da administração direta e indireta.”

Parágrafo único. Como Secretaria de Estado de natureza substantiva, caberá a SECS, no cumprimento de suas finalidades:

(...)

II - coordenar e controlar a divulgação das ações administrativas e políticas do Governo através de campanhas publicitárias e orientar a programação financeira destas;

III - estabelecer diretrizes de Comunicação Social a serem observadas pelas unidades setoriais de imprensa do Poder Executivo;

IV - divulgar as atividades da administração direta e indireta do Estado;

(...)

VII - manter controle referente a campanhas publicitárias e matérias divulgadas pelos veículos de comunicação, efetuadas pelos órgãos



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO

Secretaria da Comunicação Social

da administração direta e indireta do Estado;

VIII - coordenar e controlar a divulgação das atividades do Estado do Paraná através da redação de notícias para utilização por jornais, rádios, televisões e de reportagens e documentários em texto, fotografias, audio-visuais e videotapes;"

O **Decreto Estadual nº 8.988, de 14 de dezembro de 2010**, que dispõe sobre os recursos orçamentários nas áreas específicas de Publicidade Legal e Institucional, sujeitos ao controle administrativo e financeiro da Secretaria de Estado da Comunicação Social, dispõe que os procedimentos para contratação de serviços na área de Publicidade Legal e Institucional pelos vários órgãos e entidades da Administração Estadual Direta e Indireta – Autarquias, Fundações, Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista – e demais entidades vinculadas, poderão ser conduzidos pela Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECS, in verbis:

“Art. 1º. Ficam sujeitos ao controle administrativo e financeiro da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECS, os recursos orçamentários oriundos do Tesouro e de outras fontes, bem como, os diretamente arrecadados pelos Órgãos da Administração Estadual Direta e Indireta, Empresas Públicas, Autarquias e Sociedades de Economia Mista, nas áreas específicas de publicidade Legal e Institucional, feitas através dos meios de comunicação de mídia impressa, radiodifusão, televisão e da internet.

§ 1º. Compreende-se no âmbito do controle administrativo referido no "caput" deste artigo, a coordenação, supervisão técnica e normativa, a análise, e as liberações solicitadas para autorizações prévias de toda e qualquer divulgação e veiculação de iniciativa da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo do Estado do Paraná, nas modalidades de Publicidade Institucional e da Publicidade Legal.

Assim, a SECS está legalmente autorizada a centralizar os procedimentos referentes à contratação dos serviços objeto do edital atacado, sendo que a aplicação dos recursos orçamentários, nos termos do referido Decreto, somente poderão ser efetivados, mediante autorização prévia da Secretaria de Estado da Comunicação Social, através do PADV - Pedido de Autorização para Divulgação e Veiculação, sujeitando-se ao seu gerenciamento, acompanhamento e controle.

Quanto aos procedimentos internos de operacionalização em relação à Administração Direta e à Indireta, serão efetivados respectivamente pelos Termo de Cooperação Técnico Financeira, constante do Anexo XI do edital, e Termo de Cooperação Técnica, constante do Anexo XII do edital.

Pela generalidade das demais alegações em relação a “violação da Lei Orçamentária e Lei de Diretrizes Orçamentárias, Lei Complementar 101/200, Leis Estaduais constitutivas das pessoas jurídicas, e do artigo 147, parágrafo único” não se pode aferir tal assertiva, na medida em que não há explicitação ou cotejamento em relação a artigos das legislações invocadas, exceto ao Art. 147, parágrafo único, sem indicação da Lei do qual constaria.

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação ao objeto do edital, nos termos alegados pela impugnante.

II.3. Da Impugnação do Item 3.2.6 do Edital – Vinculação da Execução do Serviço ao Manual de Procedimento de Seleção Interna

A empresa impugnou a vinculação da execução do serviço por meio do Manual de Procedimento de Seleção interna – Resolução nº 13/2016 (item 3.2.6), alegando que o mesmo seria “inapto juridicamente a regular a execução contratual (princípio da legalidade)”, e que tal regulamento “impõe condições ilegais, discricionárias e subjetivas, para distribuição dos serviços entre as agências vencedoras do certame (item V.1), e atribuição de critérios subjetivos a direção do órgão para divisão não equitativa para as execuções publicitárias”.

Dispõe o item impugnado do edital, *in verbis*:

“3.2.6 Para a execução dos serviços, a SECS observará o procedimento de seleção interna entre as agências, conforme Manual de Procedimento de Seleção Interna publicado no Diário Oficial do Estado do Paraná nº 9851 em 27 de dezembro de 2016.”

E citado item V.1 da Resolução nº 13/2016 dispõe:

“V.1. O Coordenador de Marketing da SECS responsável pela demanda com Seleção Nível 2, solicitará às agências que apresentem, em data determinada, suas propostas de solução publicitária para a necessidade de comunicação expressa na demanda, que conterá informações essenciais para subsidiar o processo de proposição, em igualdade de condições.”

Simple leitura dos itens invocados pela impugnante em confronto com suas alegações já são suficientes para caracterizar a absoluta improcedência da insurgência apresentada.

O §4º do Art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, dispõe que para a

lp
7/19
edris



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Comunicação Social

execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações o órgão deve instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, com metodologia aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Assim, a instituição de procedimento de seleção interna entre as contratadas é obrigação legal do órgão licitante, pelo que absurda a insurgência da impugnante de que o Manual de Procedimento de Seleção Interna, publicado sob Resolução nº 13/2016, seria “inapto juridicamente a regular a execução contratual (princípio da legalidade)”.

E se a Resolução foi aprovada e publicada, passou a ter força normativa, sendo juridicamente apto a regular as relações do Estado do Paraná para com os contratados, ainda mais se consta no edital que tal norma irá regular a seleção interna, nos termos da Lei nº 12.232/2016.

Em relação à insurgência de que tal regulamento “impõe condições ilegais, discricionárias e subjetivas, para distribuição dos serviços entre as agências vencedoras do certame (item V.1), e atribuição de critérios subjetivos a direção do órgão para divisão não equitativa para as execuções publicitárias”, não se sustentam, quer seja pela generalidade da alegação, quer seja porque as regras são claras e isonômicas, pois aplicáveis a todas as agências contratadas.

A impugnante não especificou o que seria ilegal no procedimento de seleção interna, qual seria a irregularidade apontada como condição discricionária, e, tampouco, quais seriam os critérios subjetivos e de que forma haveria “divisão não equitativa”.

Ainda, conforme já asseverado não se sabe como o impugnante chegou à conclusão de que o procedimento de seleção interna – que servirá somente para situações específicas futuras, após a contratação das vencedoras do certame sob foco – estaria direcionando para as atuais prestadoras de serviço, que sequer se sabe se irão ser vencedoras do processo seletivo licitatório.

Neste contexto, não merece acolhimento a impugnação em relação ao item 3.2.6 do edital, nos termos alegados pela impugnante.

II. 4. Da Impugnação do Item 3.2 do Edital

A empresa impugnou o item 3.2 do edital, alegando estar “ausente a demonstração de publicidade dos critérios técnicos que levaram a determinação de que a contratação seria realizada por 5 (cinco) agências”.

HP
S.19
C.19
C.19
C.19



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO

Secretaria da Comunicação Social

Dispõe o item do edital impugnado, *in verbis*:

“3.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas 5 (cinco) agências de propaganda, doravante denominadas agências licitantes, proponentes ou contratadas.”

Da leitura e da análise da insurgência, em confronto com o disposto no item 3.2 do edital, ora impugnado, resta evidente que **a impugnante confunde a fase interna com a fase externa da licitação**, equivocando-se em relação ao que deve constar no edital com o que deve constar no processo administrativo licitatório.

Dispõe o §3º do Art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, *in verbis*:

“Art. 2º

(...)


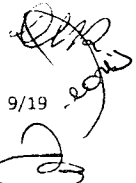
§3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.”

Assim, a justificativa que dá suporte ao critério de contratação de mais de uma agência devem constar do processo administrativo de licitação, isto para possibilitar sua aferição e fiscalização pelos órgãos de controle interno e externo.

Não é necessária a publicação de todos os fundamentos que sustentam o pedido de licitação, sendo que a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 8.666/1993 e a Lei Estadual nº 15.608/2007 definem quais são os documentos e conteúdos que devem ser objeto de publicidade, quer seja em Diário Oficial, quer seja em veículo de comunicação.

Inimaginável que o edital de licitação tenha que ser publicado com a justificativa de cada cláusula!

No caso concreto, a Secretaria de Estado da Comunicação Social colacionou no processo administrativo o Termo de Referência para o Edital da Licitação, motivando o pedido e justificando termos e requisitos nele incluídos. Tanto que o Edital foi aprovado pela Procuradoria Geral do Estado através das Informações nº 1129/2016-PRC/PGE, aprovada pelo Despacho nº 572/2016-PGE do Procurador-Geral do Estado, e nº 206/2016-PGE, aprovada pelo Despacho nº 685/2016-PGE do Procurador-Geral do Estado.



9/19



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Comunicação Social

Consta que a escolha de cinco agências decorreu de avaliação técnica que levou em consideração o volume de recursos e a necessidade de agilidade nos serviços. Assim também, foi considerado o volume e diversidade de ações a serem desenvolvidas, bem como a promoção de competitividade entre as agências nos processos de seleção interna para a distribuição das demandas.

Os servidores públicos que fazem parte da equipe técnica da Secretaria da Comunicação Social, entenderam adequada a manutenção da série histórica de contratação da SECS, considerando que vem suprindo com eficiência e eficácia as necessidades do Estado.

Para que não reste dúvida, transcreve-se a justificativa para a contratação de 5 (cinco) agências constante do processo administrativo:

“Essa questão já foi enfrentada por órgãos e entidades de outras esferas administrativas e concluiu-se que a contratação de apenas uma agência não atende ao interesse da Administração por falta de garantia de que a qualidade demonstrada pela primeira colocada na licitação seria mantida durante a execução contratual, sobretudo porque os problemas de comunicação e suas soluções não constituem repetição de eventos anteriores.

Mais remotamente, quando se firmava contrato com apenas uma agência e se constatava no dia a dia que ela não correspondia às expectativas do contratante, a saída natural seria a rescisão do contrato e a convocação da segunda colocada. Ocorre que, dentro da lei, a rescisão nunca foi simples de ser feita com base na falta de qualidade do serviço prestado. Outro caminho: dar início a novo processo licitatório, que poderia consumir seis meses, e tudo poderia se repetir. No mais das vezes, mantinha-se o contrato. Ou seja, nenhuma das opções resolvia o problema.

Ao decidir pela contratação de mais de uma agência, os órgãos e entidades segregavam o objeto de seus contratos em contas publicitárias (lotes). Na Administração Direta, eram divididas de acordo com as competências de secretarias ou programas; nas sociedades de economia mista, em conta mercadológica e conta institucional.

O problema não estava eliminado, porque as agências não eram estimuladas a apresentar bons serviços. Afinal, o trabalho seria realizado por ela, qualquer que fosse sua qualidade.

Mesmo quando os serviços eram satisfatórios, não raro surgia grave



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO

Secretaria da Comunicação Social

problema: sobravam recursos em uma conta e faltavam em outras. Por mais engenhosa que fosse a distribuição das contas, a realidade dos fatos esbarrava nas regras legais. Muitas vezes, não era possível contornar a situação nem com a permissão legal de aumentar um contrato em 25% e reduzir outro na mesma proporção. Saída: nova licitação, com todos os percalços conhecidos.

Com a contratação de mais de uma agência e sem divisão do objeto, esses riscos passam a ser mitigados, como reconheceu o legislador da Lei nº 12.232/2010.

Assim, para a prestação dos serviços, considerado o vulto dos recursos, o fluxo e a diversidade de ações de comunicação a serem encetadas a cada ano, julgamos conveniente recorrer à contratação de 5 (cinco) agências de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, conforme faculta o art. 2º, § 3º, da mencionada Lei. Tal número de agências é o mesmo que atualmente atende com eficiência ao Poder Executivo Estadual, pelo que entendemos ser adequada a sua manutenção.

Essas informações constituem as justificativas e razões técnicas aludidas na legislação aplicável."

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação ao item 3.2 do edital, nos termos alegados pela impugnante.

II. 5. Da Impugnação do Item 9 do Edital

A empresa impugnou o item 9 do edital, alegando que "há menção a entrega de proposta técnica em 'invólucro padronizado', o qual não foi especificado suas características físicas e funcionais, aptas a demonstrar a inviolabilidade, bem como ausente qualquer normativo administrativo que autorize sua utilização ou certifique sua eficiência";

O item 9 impugnado trata dos invólucros nºs 1, 2 e 3, contudo a impugnante não explicita em relação a qual dos invólucros está se insurgindo.

Supondo que a insurgência trata do envelope nº 1, não identificado, dispõe o edital, *in verbis*:

"9.1.1 Invólucro nº 1: O invólucro nº 1 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes

(...)



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Comunicação Social

9.1.1.2 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que *estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação.*

(...)

9.1.1.5 O Invólucro nº 1 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro, sem qualquer outra forma de lacre, sem assinatura ou rubrica e sem qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.

9.1.1.6 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;**
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;**
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.”**

Parece óbvio que sendo a Administração a fornecedora do invólucro, não necessita trazer descritivo tão detalhado do mesmo, o que se faz quando se dá a diretriz para que as licitantes cumpram de forma idêntica.

Assim, os envelopes entregues pela Comissão Especial de Licitação são padronizados, e a inviolabilidade se dá através de fecho próprio, conforme descrito, que obviamente será conferido por cada uma das licitantes na entrega e abertura dos invólucros.

As regras do edital em relação à não identificação das licitantes estão absolutamente claras e são isonômicas, não permitindo qualquer interpretação divergente.

Exigir normativa administrativo que autorize a utilização de invólucro específico ou que certifique sua eficiência é algo que ultrapassa, em muito, o limite da razoabilidade.

Imagine-se se o Estado tiver que editar norma de padronização de envelopes de licitação e mandar testar invólucros para uma licitação! É algo que, além de não constar da Lei, não é prática em qualquer órgão de qualquer esfera administrativa, perpassando exagero que não merece acolhida.

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação ao item 9 do edital, nos termos alegados pela impugnante.

II.6. Da Impugnação do Item 12.2.2 do Edital

A empresa impugnou o item 12.2.2 do edital, alegando

“... violação do princípio da ampla concorrência e do julgamento objetivo (artigo 3º Lei Federal n. 8666/1993 e artigo 6º, VIII e artigo 8º da Lei Federal n. 12.232/2010), eis que os quesitos apresentados são imprecisas (sic), direcionados e restritivos (sic) para pontuação de determinadas empresas, por meio de critérios subjetivos, a citar:

a. Alínea a: inexistência de fixação objetiva do que se trata o critério ‘porte e tradição’, sua mensuração quantitativa e qualitativa, e forma de avaliação;

b. Alínea b: inexistência de fixação objetiva da pontuação e critérios para avaliação de experiência dos profissionais (tais como: tempo de profissão, titulação acadêmica, etc.).

c. Alínea c: inexistência de fixação objetiva de quais qualificações serão pontuadas e quantificações serão avaliadas (sic);

d. Alínea d: inexistência de fixação objetiva de quais instalações, infraestrutura e dos recursos materiais serão pontuados, em que limite, forma e qualificação e quantificação (tais como área física, localização, número de computadores, número de funcionários, titulação acadêmica, tempo de profissão)

e. Alínea e: inexistência de definição do que se entende por critérios ‘operacionais’ e como estes serão avaliados qualitativamente e quantitativamente.

f. Alínea f: inexistência de definição de critérios de análise de ‘relevância’ e utilidade’ dos dados colocados à disposição.”

verbis: A impugnante cita o artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, que dispõe. *in*

“Art. 3º *A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.”*

O julgamento objetivo de que trata o artigo invocado significa que o julgamento deve-se dar de acordo com os parâmetros definidos em edital, o que é perfeitamente possível no caso concreto em tela. *gr.*



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Comunicação Social

Em relação ao artigo 6º, inciso VIII da Lei Federal nº 12.232/2010 citado pela impugnante, **sequer se aplica ao caso em tela**, considerando-se que a licitação não é do tipo “melhor técnica”, mas sim “técnica e preço”, senão vejamos:

“Art. 6º

(...)

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo 'melhor técnica'.”

Em relação ao artigo 8º da Lei Federal nº 12.232/2010 também citado pela impugnante, está sendo integralmente seguido no edital.

Ao definir quesitos e subquesitos, houve a fixação de critérios objetivos, nos termos da previsão legal, que devem ser levados em consideração para a pontuação pelos membros da Subcomissão Técnica.

Tanto é assim que existe lei própria em relação à contratação de agências de propaganda para serviços de publicidade – Lei Federal nº 12.232/2010.

Todos, e absolutamente todos, os quesitos e subquesitos, que serão considerados como critérios de julgamento técnico, estão explicitados no edital, a saber:

- Quesito Plano de Comunicação Publicitária, com seus subquesitos de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- Quesito Capacidade de Atendimento;
- Quesito Repertório; e
- Quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

Neste contexto, absolutamente desarrazoadas as alegações de que não há critérios a serem seguidos, na medida em que estão amplamente identificados pelos quesitos e subquesitos afetos à área de publicidade.

A impugnante alega que os quesitos apresentados são “imprecisos, direcionados e restritivos para pontuação de determinadas empresas”. Quais seriam essas empresas? De que forma há direcionamento? De que modo ocorre a restrição pelo quesitos?

São alegações genéricas, que não se sustentam em si mesmas, nem em confronto com o objeto licitado, com as normas do edital e com a lei.



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO

Secretaria da Comunicação Social

Curioso que ao mesmo tempo em que alega restrição, a impugnante deseja que haja muitos outros critérios como, por exemplo, “fixação objetiva do que se trata o critério ‘porte e tradição’, sua mensuração quantitativa ou qualitativa, e forma de avaliação”.

Primeiramente a forma de avaliação está descrita nos itens 12.3 e subitens e 12.4 do edital, pelo que não se sustenta a alegação.

E, contrariamente ao alegado pela impugnante, os itens 12.3.2.1 e 12.3.2.2 do edital trazem parâmetros para objetivar o julgamento, evitando distorções.

E, da leitura da mencionada alínea a, constata-se que o porte e tradição são definições intrínsecas em si mesmas, especialmente para a área de publicidade. E são definições afetas aos clientes da agência, e não da própria agência. Como fixar critérios “mais objetivos” em relação aos milhares de clientes das agências? Como mensurar quantitativamente “porte e tradição”, como alega a impugnante?

Diga-se, os critérios utilizados no edital atacado são os mesmos das maiores licitações do país com o mesmo objeto. Isto porque são quesitos consolidados no mercado publicitário, este específico e *sui generis*, conforme já exposto.

Tome-se, por exemplo, a alegação da impugnante de que devem ser fixados critérios mais objetivos em relação à alínea d, “a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato”. Alega a empresa que deveriam ser definidos “área física, localização, número de computadores, número de funcionários, titulação acadêmica, tempo de profissão”. Atender a tal alegação seria absurdo, além de ilegal.

Assim também, por exemplo, em relação à alínea f, que dispõe sobre os quesitos “relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Estado do Paraná”, em que a impugnante deseja que se explicitem critérios objetivos de análise de “relevância e utilidade”.

Ora, são definições e quesitos absolutamente intrínsecos em si mesmos, autoexplicativos e compreendidos por quem é da área afeta ao objeto.

Tanto é assim que a Lei Federal nº 12.232/2010 traz que a Subcomissão Técnica, que julga as propostas técnicas, deve ser constituída por



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Comunicação Social

membros com expertise na matéria, ou seja, que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, inclusive escolhidos através de sorteio.

Não se pode exigir que o edital traga mais do que se pode explicitar em relação à área de publicidade e propaganda e não se pode exigir que a Administração crie critérios que não são afetos à matéria sob foco. E não se pode exigir da Administração que coloque em edital requisitos que vão além do que o disposto em lei.

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação ao item 12.2.2 do edital, nos termos alegados pela impugnante.

II 7. Da Impugnação do Item 15.2 do Edital

A empresa impugnou o item 15.2 do edital, alegando que "atribui de forma injustificada e desproporcional pontuação excessiva a nota técnica (70X30)":

Dispõe o Art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que as licitações previstas naquela Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

A lei não fixa os pesos a serem adotados para técnica e preço, peic que a Administração adotou cautela em optar por fórmula que já foi testada – não somente no Estado do Paraná, mas também em outros órgãos públicos – e que produziu resultados satisfatórios.

A Secretaria da Comunicação Social colacionou Termo de Referência para o Edital, motivando o pedido e justificando termos e requisitos incluídos no edital. Consta de tal instrumento que a Secretaria de Estado da Comunicação Social valeu-se da experiência acumulada por técnicos de outras esferas e ou Poderes, bem como em relação à licitação anterior do Estado, sob Concorrência Pública nº 001/2010, nos mesmos moldes, da qual decorreram os contratos ora em andamento, e que se preocupou tecnicamente com o detalhamento de exigências e condições.

Neste sentido, houve a diretriz de se seguir os moldes da licitação anterior, sob nº 01/2011, que já foi regida pela mesma Lei nº 12.232/2010, e que teve o aval da Procuradoria Geral do Estado, adotando-se o modelo de minuta de Edital daquele certame licitatório, que se desenvolveu com os mesmos pesos de técnica e de preço.

Tal proporção é entendida como adequada ao objeto, na medida em que o trabalho a ser desenvolvido requer a valorização do processo criativo.

Há, pois, justificativa para a escolha. E os pesos adotados na licitação de agências sob análise encontram-se dentro dos limites de razoabilidade e pertinência, pelo que não há motivo fático ou jurídico que macule tal opção adotada pelo Estado.

Diga-se, tal proporção aproximada já mereceu, inclusive, proposta na alteração da Lei nº 8.666/1993, que tramita no Senado Federal.

O Projeto de Lei do Senado nº 559, de 2013, que trata da modernização da Lei de Licitações e Contratos (Lei nº 8.666/1993), traz proposta de julgamento por técnica e preço considerando a maior pontuação obtida a partir da ponderação das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta, na proporção de 2/3 (dois terços) e 1/3 (um terço), respectivamente¹.

Em dezembro de 2016 o Plenário do Senado aprovou o projeto que altera a Lei de Licitações e Contratos, sendo o texto defendido pelos senadores como um novo marco legal para essa área.²

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação ao item 15.2 do edital, nos termos alegados pela impugnante.

II 8. Da Impugnação dos Itens 16.2.4.1 e 16.2.4.3 do Edital

A empresa impugnou os itens 16.2.4.1 e 16.2.4.3 do edital, alegando que "limitam a concorrência, bom como violam o artigo 31, §5º da L 8666/93 e a Súmula 289 do Tribunal de Contas da União", em tese "por ausência de justificativa para exigência de índice 1 de liquidez ou patrimônio líquido".

Sem razão a impugnante.

Conforme justificativa constante no processo administrativo licitatório, os índices econômicos indicados na Lei Federal nº 8.666/93, em especial no artigo 31, parágrafos 1º e 5º, destinam-se exclusivamente à seleção dos licitantes com capacidade econômico-financeira suficiente a assegurar a execução integral do contrato.

Assim, o objetivo é resguardar a Administração Pública para que empresas sem quaisquer responsabilidades ou sem respaldo financeiro, possam participar e vencer o certame e, durante a execução da obrigação contratada, não apre-

¹ Disponível em <http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/115926>.

² Disponível em <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/13/senado-aprova-projeto-que-altera-a-lei-de-licitacoes>.

sentem capacidade para concluir o objeto da obrigação.

Os índices que refletem a boa situação financeira das empresas encontram-se em revistas ou informativos especializados, ou em matérias econômicas, por exemplo na Revista Conjuntura Econômica, Exame, Valor Econômico, dentre outras.

Os índices usualmente adotados em editais de licitação são:

- Índice de Liquidez Geral (ILG),
- Índice de Liquidez Corrente (ILC) e
- Índice de Endividamento Total (IET) ou Índice de Solvência Geral (ISG).

Para os três índices (ILG, ILC, SG), o resultado maior que 1 é recomendável à comprovação da boa situação financeira, o que demonstraria um equilíbrio nas contas da companhia, sendo certo que, quanto maior o resultado, melhor, em regra, seria a condição da empresa.

Para o caso concreto em tela, em relação aos índices aos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas, sugeridos como sendo maiores ou igual a 1, amoldam-se ao que se tem tradicionalmente nas licitações de mesmo objeto e porte, pelo que não se revela desarrazoado, ao contrário

Tal índice foi utilizado na licitação anterior, sob Concorrência nº 01/2010, da qual decorrem os contratos em vigor, sem ter restringido a participação de agências e garantindo contratações dentro de limites razoáveis de saúde financeira das mesmas.

Observa-se que os editais de licitação para a contratação de agências de publicidade com similaridade às da SECS, como do Governo Federal - SECOM³ e do Banco do Brasil⁴, adotam índices similares aos constantes do subitem 16.2.4.1 da minuta de Edital sob análise, que restam caracterizados, portanto, como de prática comum nas licitações com mesmo objeto.

E para não restringir a competição de forma exagerada, a SECS ainda está permitindo que empresas com índice igual a 1 participem, enquanto outros órgãos definem apenas com índices maiores que 1.

Adotou-se, pois, além dos índices comumente utilizados pelos entes é órgãos públicos para licitações similares, o Princípio da Razoabilidade, que deve nortear todas as ações do Poder Público.

³ Disponível em <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/minuta-edital-secom-publicidade-audiencia-publica.pdf>

⁴ Disponível em <http://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/dilog/dwn/aapmark.pdf>.



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO

Secretaria da Comunicação Social

Colacionamos o Acórdão nº 2299/2011 – TCU – Plenário, que, em proposta de encaminhamento, assim expõe:

“Ante o exposto, opino pelo envio dos autos ao Relator Augusto Sherman com a seguinte proposta:

(...)

2.6.6.2 estabelecimento de índices acima do razoável para liquidez geral – LG e liquidez corrente – LC (usualmente é adotado LG e LC maior ou igual a 1,0) e grau de endividamento – GE (usualmente menor ou igual 1,0);”

Neste contexto, não merece acolhimento a insurgência em relação aos itens 16.2.4.1 e 16.2.4.3 do edital, nos termos alegados pela impugnante.

IV. DO JULGAMENTO

Por todo o exposto, a Comissão Especial de Licitação, no exercício de suas funções, decide por receber a impugnação da empresa WD Comunicação Ltda. – EPP, por tempestiva, e, no mérito, indeferir as impugnações aos itens explicitados do edital, nos termos e fundamentos que constam deste instrumento.

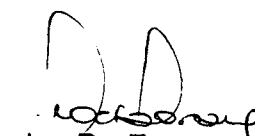
Curitiba, 10 de fevereiro de 2017



Dirce Maria Reinehr

Presidente da Comissão especial de Licitação


José Apoloni Filho
Membro


Eliana Isabel Maba Martinez
Membro


Florisday Da Fonseca
Membro


Cicemara Aparecida Daniel Cordeiro
Membro