

Curitiba, 12 de agosto de 2019

CRO-PR – Conselho Regional de Odontologia do Paraná

Prezado Doutor  
Wellington Menyrval Zaitter, CD  
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Assunto: Edital de Concorrência Pública nº 001/2019

O Edital em referência foi submetido à análise da Assessoria Jurídica da **FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda** – que, sobre ele, emitiu o parecer abaixo transcrito:

“Analisamos o Edital de Concorrência Pública nº 001/2019, relativo à licitação instaurada pelo Conselho Regional de Odontologia, objetivando a contratação de 01 (uma) Agência de Propaganda, para prestação de serviços publicitários e, sobre ele temos a considerar:

1. Preâmbulo

No terceiro parágrafo, a fundamentação legal está citada inadequadamente, porque a Lei de regência deve ser citada primeiro e as Leis complementares, posteriormente.

A redação correta é esta:

.....

*“Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei nº 12.232/2010 e, complementarmente, pelas Leis nº 4.680/65 e nº 8.666/93 com alterações posteriores e pelas disposições deste Edital.”*

2. Objeto

2.1. Também o item foi redigido de modo não condizente com a natureza dos serviços que serão contratados.

A redação correta corresponde a:

FILIADO À FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

**fenapro**  
FEDERAÇÃO NACIONAL DAS  
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



*“1.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, objetivando atingir públicos de interesse, conforme as especificações constantes deste Edital e Anexos.*

*1.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:*

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitados os limites fixados pelo art. 3º, da Lei nº 12.232/10;*
- b) À produção e à execução técnicas das peças e projetos publicitários criados;*
- c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”*

Esclarecemos que os serviços indicados no item 1.1. são prestados pela Agência **CONTRATADA**, e os serviços listados no subitem 1.1.1. podem ser contratados pela Agência **CONTRATADA** junto a Fornecedores de serviços especializados. Tais serviços são prestados por terceiros e supervisionados pela **CONTRATADA**.

2.2. No item 1.2, alínea “a”, primeira linha, deve ser eliminada a frase “ou não”.

A **CONTRATADA** somente pode contratar por ordem e conta do **CRO**, os serviços especializados listados no subitem 1.1.1. Ela não pode contratar outros serviços não especializados.

### 3. Envelope nº 4 – Proposta de Preços

- 3.1. Subitem 3.1.3.2.2: deve ser eliminada a “inscrição estadual”, porque, exceção feita às Agências do Distrito Federal, nenhuma outra possui “inscrição estadual”. Somente “inscrição municipal” e esta é que deve ser exigida.
- 3.2. Subitem 3.1.4.3: na terceira linha, após a palavra “indiretas”, colocar um ponto final.

Eliminar o trecho “... inclusive, porventura, com serviços de terceiros, incidentes e necessários ao cumprimento integral do objeto deste edital e seus anexos, sem que caiba ao proponente direito de reivindicar custos adicionais.

A eliminação se faz necessária, porque a Proposta de Preços da Agência contém apenas os custos operacionais da atividade por ela desenvolvida. O trecho a ser eliminado refere-se aos serviços especializados, a que se volta o subitem 1.1.1 cuja inclusão, no Edital, recomendamos, e as despesas com mídia. Não integram a Proposta de Preços.

### 4. Proposta Técnica

- 4.1. Subitem 4.1.1.4.3, alínea “a”: não há como empregar, nos preços de mídia, os valores constantes das tabelas cheias dos veículos, vigentes, na data de abertura da Concorrência, que se dará no dia 02/09/19.

Como será possível atender a tal exigência, se os Envelopes serão recebidos até 30/08/19?

É impraticável!

O planejamento de mídia é feito com muita antecedência, porque exige um grande número de informações e cálculos financeiros.

Todos os Editais, via de regra, colocam a data da publicação do **AVISO** como referência de vigência da tabela cheia dos veículos.

As licitantes ficam com tempo suficiente para elaboração de um bom planejamento, sem prejuízo algum para o **CRO**, porque se trata apenas de um exercício, de uma simulação.

FILIADO À FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

  
FEDERAÇÃO NACIONAL DAS  
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

A data de abertura da concorrência não serve para a fixação da vigência dos preços de tabela cheia dos veículos.

- 4.2. Subitem 4.1.2, alínea “b”: na quarta linha, após a palavra “administrativo”, é preciso colocar um ponto.

Eliminar o trecho “... com as respectivas carteiras de trabalho, ou contrato de trabalho entre a empresa licitante e o profissional apresentado. Vedado o acúmulo de funções.”

A exigência é combatida pelo TCU, como bem demonstra o Acórdão abaixo reproduzido:

.....

*“26. Quanto a esse aspecto, deve-se destacar que este Tribunal, em várias assentadas (Acórdãos 361/2006, 597/2007 e 828/2007, todos do Plenário), tem adotado o entendimento de que não cabe exigir das licitantes, anteriormente à sua contratação, para sua habilitação, que elas comprovem o vínculo empregatício dos profissionais indicados.” (Acórdão nº 1092/2008 – Plenário).*

E elucida a questão, o Acórdão 1905/2009, Plenário:

*“Admita, em certames licitatórios, que a comprovação do vínculo do profissional pertence ao quadro permanente das empresas, indicando para fins de comprovação da capacidade técnico-profissional, seja realizada mediante apresentação de contrato de prestação de serviços sem vínculo trabalhista e regido pela legislação civil comum, com prazo mínimo de duração determinado, de modo a garantir a permanência do profissional durante a execução da obra ou serviço, admitida a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Administração, nos termos do disposto no §10 do art. 30 da Lei 8.666/93.”*

Portanto, a exigência de apresentação de Carteira de Trabalho ou Contrato de Trabalho, de forma única e exclusiva deve ser afastada, admitindo-se também, como alternativa válida, o contrato de prestação de serviços, nos termos da jurisprudência do TCU.

FILIADO À FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



5. Classificação final das Proponentes

No item 9.7, primeira linha, após “... classificação final das propostas” incluir a frase “e concluída a fase de habilitação.”. O procedimento somente subirá à Autoridade Superior, se a licitante vencedora no julgamento final, for habilitada (art. 11, incisos XI a XIV, da Lei nº 12.232/10).

6. Remuneração e Pagamentos

No subitem 15.4.1, acrescentar ao final do texto, a frase “sempre que possível”, como consta do caput, do art. 15, da Lei nº 12.232/10.

A ressalva deve ser feita porque o relatório de checagem é feito por auditorias independentes, são caríssimos, e poucos veículos o fornecem, exatamente em razão do seu elevado custo.

Claro está que, quando os veículos o fornecem, a **CONTRATADA** os anexará à fatura/Nota Fiscal. Caso ocorra o contrário, a **CONTRATADA** não poderá ficar obrigada a apresentá-lo.

7. Anexo III – Modelo de Proposta de Preços

Eliminar do n.3, o trecho “... inclusive, porventura, com serviços de terceiros, incidentes e necessários ao cumprimento integral do objeto da licitação, sem que caiba ao proponente direito de reivindicar custos adicionais.”

Como já anteriormente esclarecido, a Proposta de Preços das licitantes não englobam tais custos.

A Proposta de Preços das proponentes abrangem, exclusivamente, os custos operacionais da atividade por elas desenvolvida.

É necessário eliminar o trecho supra apontado.

8. Anexo IV – Minuta do Contrato

Todas as considerações feitas sobre o Edital, aplicam-se à Minuta do Contrato, e mais as seguintes:

- a) Subitem 5.1.6.3: corrigir o extenso, pois está confrontando com o valor em números;
- b) Subitens 5.1.9 e 5.1.9.1 – eles se referem a obrigações da **CONTRATANTE**. Devem ser colocados após o subitem 6.1.7, entre as obrigações da **CONTRATANTE**;
- c) Subitens 8.1.2 e 8.1.2.1: devem ser excluídos porque não foram incluídos na Proposta de Preços – Anexo III;
- d) Subitem 11.2.3: eliminar o trecho “... e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual – “, porque a **CONTRATADA** não pode prestar tais serviços.

A **CONTRATADA** só prestará os serviços constantes do item 1.1 e supervisionará a execução dos serviços especializados, previstos no subitem 1.1.1, ambos do Edital.

O art. 2º, §2º da Lei nº 12.232/10, proíbe, expressamente, à **CONTRATADA**, a prestação de serviços não previstos no item 1.1 e subitem 1.1.1. do Edital.

- e) No item 11.4: é preciso eliminar a palavra “obrigatória”, porque trata-se de um encargo que incumbe aos veículos.

A **CONTRATADA** não tem como obrigar os veículos selecionados no planejamento de mídia, mediante aprovação da **CONTRATANTE**, a lhe fornecer o serviço de checagem.

A própria Lei de Regência (Lei 12.232/10) em seu art. 15, caput, enfatiza em relação a tal serviço: **SEMPRE QUE POSSÍVEL**.

Como já explicado, trata-se de serviço de auditoria e apenas os grandes veículos o contratam.

Nem a CEF ou Banco do Brasil, com investimentos em mídia de R\$ 450 milhões, exigem a checagem no meio TV em termos obrigatórios. A Rede **GLOGO** fornece, mas as demais emissoras e, especialmente, suas repetidoras, não tem como comprar o serviço de checagem.

De sorte que o **CRO** terá que praticar a mesma regra que os demais entes e órgãos da Administração Pública: receberá o parecer da auditoria independente, sempre que for possível, ao veículo, contratar o serviço e fornecê-lo à **CONTRATADA**.

Não há outra alternativa.”

Para a formulação de futuros editais, recomendamos acessar o manual “**Descomplicando a elaboração de editais para licitações de serviços publicitários**”, no link “Publicações”, disponível no site da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO: [www.fenapro.org.br](http://www.fenapro.org.br)

Continuamos à disposição.

  
Rodrigo Havro Rodrigues  
Diretor-Presidente

  
Helcio José Gelbecke  
Diretor-Secretário