



À
CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA
Praça Bernardino de Lima nº 229, Bairro Centro – Nova Lima/MG,
CNPJ nº 20.218.574/0001-48
Comissão de Contratação

pregao@cmnovalima.mg.gov.br

**IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA
Nº 001/2025**

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS SINAPRO - MG, inscrito no CNPJ sob o nº 20.995.635/0001-83, com sede em Belo Horizonte / MG, na Rua Domingos Vieira, 587, Conjunto 913, Bairro Santa Efigênia, CEP 30150-240, na pessoa de seu Procurador, vem com fundamento na Lei 14.133/2021, oferecer Impugnação ao Edital de CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 001/2025, aduzindo para tanto o que se segue.

I – DA SÍNTESE DOS FATOS

A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA está promovendo licitação na modalidade Concorrência, tipo técnica e preço, com o objetivo de contratar empresa para prestação de serviços de publicidade.

II – DA LEGITIMIDADE DO SINAPRO/MG

Antes de apresentar as razões pela quais considera que o Edital do certame em apreço está a merecer reparos, se faz mister destacar que o SINAPRO/MG é um Sindicato de classe criado com objetivo de congregar as empresas de publicidade e propaganda no estado de Minas Gerais.

A atuação do SINAPRO/MG abrange todos os municípios do estado de Minas Gerais e nos termos da Constituição Federal o SINAPRO/MG representa seus filiados e, em nome deles, defende a livre concorrência, o respeito às regras de mercado e o direito de todos ao livre exercício empresarial, cabendo-lhe a defesa dos direitos e interesses coletivos ou individuais da categoria, inclusive em questões judiciais ou administrativas.

Trazendo o assento constitucional da legitimidade deste Sindicato, estabelece o art. 8º, inc. III da Magna Carta, verbis:

“ III – ao sindicato cabe a defesa dos direitos e interesses coletivos ou individuais da categoria, inclusive em questões judiciais ou administrativas.”

Assim sendo, agindo na defesa dos interesses de seus associados, oferece a presente impugnação dentro do prazo legal.

Logo, diante da expressa previsão legal do cabimento de Impugnação ao Edital no prazo de até dois dias úteis

da data de abertura da sessão pública, o SINAPRO/MG se utiliza de tal prerrogativa, tendo em vista, considerar as normas contidas no referido Edital, contrárias ao atual regramento para licitações e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, ditado pela Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, aplicável a todas as esferas do poder público, incluindo a União, Estados e Municípios e abrangendo o Executivo, Legislativo e Judiciário, além das pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos.

III - DAS RAZÕES QUE JUSTIFICAM A IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

Frente aos ditames das leis 4.680/65, 14.133/2021, 12.232/2010, Decreto 57.690/66 e Normas Padrão do CENP, bem como das regras práticas que regem o mercado, foram observados no corpo do edital, pontos que podem vir a macular o certame, atrasando o seu normal andamento ou até mesmo inviabilizá-lo, acaso não corrigidos.

IV - DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

O item 12.1 do Edital determina que (destacamos):

“ 12.1 A “Proposta de Preços” deverá conter os seguintes documentos, assinados por quem detenha poderes para representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados e conforme item 9.1 letra “d”:

a) PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO, devendo ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo VII.

(...)

12.8 Os quesitos e critérios de julgamento das Propostas de Preços serão os definidos no edital, observando-se que, para os fins de aferição de vantajosidade e viabilidade:

- a) *Não será admitido desconto superior a 60% (sessenta por cento) em relação aos valores de referência da Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO-MG, a título de resarcimento dos custos internos da agência;*
- b) *Propostas com desconto superior ao limite fixado neste item serão consideradas desclassificadas,*
- c) *As licitantes deverão indicar expressamente o percentual de desconto oferecido, em algarismos e por extenso, prevalecendo este último em caso de divergência.”.*

Assim, deverá constar da Proposta de Preços, apenas o desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do SINAPRO/MG, e este servirá como única referência para a valoração e classificação da Proposta de Preços – Anexo VII.

Entretanto, a remuneração da Agência vencedora não se encontra perfeitamente delineada no Edital, podendo vir a gerar incertezas na vigência do Contrato, uma vez que o subitem 13.8 do Edital deixa dúvidas de quanto será na prática o pagamento de honorários a Agência, quando a responsabilidade da CONTRATADA se limitar à contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos.

Vejamos o que diz o item 13.8 do Edital (destacamos):

“13.8 A remuneração da CONTRATADA observará as disposições da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 14.133/2021 e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, nos seguintes termos:

- a) *Veiculação – remunerada considerando o desconto concedido pelos veículos de comunicação sobre seus preços de tabela;*
- b) *Serviços e suprimentos de terceiros – honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor contratado junto a fornecedores especializados;*
- c) *Serviços internos – aqueles executados diretamente pela CONTRATADA, por seu pessoal ou com recursos próprios, remunerados pelos valores da tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, deduzido o percentual de desconto ofertado pela CONTRATADA em sua proposta comercial;*
- d) *Contratação ou pagamento exclusivo – quando a responsabilidade da CONTRATADA se limitar à contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, fará jus a honorários sobre o valor respectivo, em percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento), as Normas-Padrão do CENP, devendo o percentual exato ser indicado na proposta".*

Além do intervalo de 5 a 10%, não existe na Proposta de Preços outra opção de preenchimento a não ser o desconto sobre a Lista de Referência do Sinapro/MG.

Também não existe no Edital outro critério de julgamento das Propostas de Preço, que não aquela ditada na alínea “a” do subitem 12.8.

Certo é, que as Normas Padrão do CENP (subitem 3.6.2) retratam o que foi posto na alínea “d” do subitem 13.8 do Edital:

“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).”

Entretanto, os honorários, como colocados no subitem 3.6.2 das Normas Padrão funcionam como um parâmetro para que a Administração Pública encontre um patamar

justo entre mínimo (5%) e o máximo (10%) de remuneração sobre o valor da contratação ou pagamento, quando a responsabilidade da CONTRATADA se limitar à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos, não podendo o percentual variar de 5 a 10% durante a vigência contratual.

Assim, temos que o melhor caminho para se adequar o Edital será a determinação pela Câmara Municipal de Nova Lima de um percentual fixo para a remuneração da Agência vencedora, qual seja de 7,5% (sete vírgula cinco por cento) **representando a média entre o patamar mínimo (5%) e o patamar máximo (10%)** previstos na alínea “d” do subitem 13.8 do Edital . É o que se requer.

Isto posto, para que não reste maculado o procedimento nem o processo de contratação, requeremos seja efetivada a devida correção, determinando-se no subitem 13.8 do Edital, a fixação de percentual médio (7,5%) sobre o valor da contratação ou pagamento, quando a responsabilidade da CONTRATADA se limitar à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos.

V – DA INEXISTÊNCIA DAS CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA NA MINUTA CONTRATUAL

A remuneração das agências de publicidade conta com peculiaridades específicas, devendo ser muito bem delineadas, tanto no Edital, quanto na Minuta Contratual.

Entretanto, na Minuta Contratual – Anexo IX do Edital, não existe a Cláusula de Remuneração da Agência, fato que pode vir a causar danos a Câmara e a Agência vencedora.

A descrição detalhada da remuneração da agência de publicidade na minuta contratual decorre do Edital, e é uma exigência legal que impõe transparência, eficiência e legalidade a contratação.

Isso alinha-se ao aperfeiçoamento da governança das contratações na Administração Pública, nos termos tanto do art. 11 da Lei, quanto do art. 19 da Lei 14.133/20221, buscando mais celeridade e assertividade, especialmente nesse processo de contratação e execução tão complexo e singular, permitindo que ambas as partes contratantes possam encontrar facilmente o que procuram; compreendam o que encontram e utilizem essa informação a favor de uma eficaz contratação.

Necessário, então, se mostra a inserção da cláusula de remuneração contendo o percentual incidente sobre a Lista de Referência de Custos Internos do SINAPRO/MG, o percentual sobre os serviços e suprimentos de terceiros, o percentual incidente sobre os serviços e suprimentos de terceiros quando a responsabilidade da Agência se limitar à contratação ou pagamento desses, bem assim, o direito da Agência ao desconto padrão de (item 2.5 das NPAP), de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10.

Ressaltamos que na Concorrência anterior (CP 002/2023, se fez constar da Minuta Contratual todas as remunerações previstas no edital

Pelo que, requeremos que a Câmara Municipal de Nova Lima, imbuída dos princípios da eficiência, da transparência e da legalidade faça inserir na Minuta Contratual – Anexo IX do Edital, as devidas remunerações previstas no subitem 13.8 do Edital e devidas a Agência vencedora.

VI – DA DEVIDA MOTIVAÇÃO DO ATO

Caso seja mantido o entendimento da continuidade do certame, sem a devida alteração aqui citada, mister se motivar o mesmo, pois estar-se-ia dirimindo um questionamento essencial à legalidade do ato administrativo atacado.

Dar uma resposta adequada a um interesse juridicamente relevante passa por um processo de justificação legalmente permissível.

Isso revela o caráter interativo ou complementar dos princípios que orientam o poder discricionário da autoridade.

Os princípios que orientam o exercício da discrição administrativa encerram limitações de duas ordens: legal ou estatutária e judicial.

Construídas pelo legislador ou pelos tribunais, essas limitações comunicam um dever de justificar as decisões, um senso de adequação de motivos e um dever/poder de atuar quando necessário.

O dever de atuar, enfim, para atender a uma necessidade, decorre da percepção de que a autoridade possui um poder-dever de dar as respostas corretas para acudir a um interesse legalmente protegido.

Somente mediante a enunciação dos fundamentos de fato e de direito que ensejaram a prática do ato administrativo, poderá-se verificar se a atuação estatal respeitou as condições impostas pelo povo para o exercício da atividade pública: cumprir a Constituição, observar as leis e promover o interesse público.

Esse é também o entendimento de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO, Legalidade, motivo e motivação do ato administrativo. Revista de Direito Administrativo, Infraestrutura, Regulação e Compliance. n. 26. Ano 7. p. 429-442. São Paulo: Ed. RT, jul./set. 2023:

"A necessidade de motivação do ato administrativo decorre de expressa disposição legal. Nos termos do art. 2º da Lei nº 9.784/99, "a Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa,

contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência". Por sua vez, o parágrafo único, inciso VII, do mesmo dispositivo legal, exige a "indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão".

VII - DAS CORREÇÕES EDITALÍCIAS E DA DEVIDA NOVA PUBLICAÇÃO DO EDITAL, ABERTURA DOS PRAZOS

O edital serve para dar amplo conhecimento aos interessados em participar do torneio licitatório, bem como estabelece as regras a serem observadas no seu processamento, que vinculam a Administração e os licitantes, assim, na presença de alteração de percentual relativo a remuneração, seja ele qual for, demanda, haverá necessidade de republicação do edital e reabertura de prazos, pois isto também afeta a formulação das propostas e o interesse em participar ou não do certame.

Pelas razões fático-jurídicas anteriormente expendidas, conclui-se, de forma objetiva, que, se o aviso de licitação já foi publicado e o prazo para publicidade do certame encontra-se em curso, **qualquer modificação substancial que se faça no instrumento convocatório e que afete não apenas a formulação das propostas, mas também as condições para habilitação, deverá ser comunicada aos eventuais interessados que já tenham retirado o ato convocatório, bem como novo aviso de licitação deverá ser publicado, obedecida a forma e intensidade da alínea "d" do art. 54 e 55 da Lei de Licitações, reiniciando-se, a contagem do prazo legal para a publicidade do certame.**

É o que se aufera das decisões dos Tribunais:

"A alteração de cláusula editalícia capaz de afetar a formulação das propostas das licitantes sem a republicação do edital e a reabertura dos prazos para apresentação de novas propostas ofende os princípios da publicidade, da vinculação ao instrumento convocatório e da isonomia. (TCU - Acórdão 2032/2021 Plenário)".

E,

"A alteração de itens do edital que possam interferir no conteúdo das propostas culminará na reabertura dos prazos, ao teor do disposto no artigo 21, § 4º, da Lei n. 8.666/1993, garantindo o amplo conhecimento das disposições do instrumento convocatório, possibilitando a reformulação das propostas, caso necessário. (TCE-MG - Processo 1077208 – Denúncia - 22/09/2020)".

VIII - DOS PEDIDOS

Certos que a Câmara Municipal de Nova Lima, seguirá fielmente os seus valores e deveres administrativos, apresentamos abaixo nossos requerimentos.

Diante do exposto, requer seja acolhida a presente impugnação e julgada procedente para que a uma, a Administração Pública, proceda ao enquadramento do Edital ora impugnado aos ditames e normas procedimentais que regem o mercado de publicidade, haja vista as razões interpostas e proceda à alteração do presente certame; a duas, caso assim não entenda, que apresente a motivação ensejadora da necessidade da manutenção e finalização da Concorrência ora impugnada como se apresenta; a três, que encaminhe esta Impugnação em ambos os casos, à Autoridade Superior para apreciação final.

Nesses termos, pede deferimento.

Belo Horizonte- MG, 05 de fevereiro de 2026.

**P.p. SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO
ESTADO DE MINAS GERAIS - SINAPRO / MG**

**Wanderlei Damasceno de Azevedo
OAB/MG = 49.957**

