



Recebi em  
16/08/2021  
Márcio Roner Guimarães  
Presidente da Comissão  
de Licitação - SAE

Goiânia, 16 de Agosto, 2021

Ao Superintendente Municipal da SAE Catalão  
Sr. Rodrigo Ramos Margon Vaz  
Por intermédio do Presidente da CPL SAE  
Márcio Roner Guimarães  
Em Mãos

Referência: Interposição de Recurso Administrativo - Edital TP 001/2021  
Contratação de Agências de Publicidade

Ilustre Senhor Presidente,

Imagem Única Propaganda Ltda, licitante já qualificada nos autos deste certame, inscrita no CNPJ sob o No. 41.929.946.0001-14, com sede à Rua T-62, 455, Casa 2, Setor Bela Vista, Goiânia/GO, inconformada com sua pontuação na fase de Propostas Técnicas do Edital supra, vem, dentro do prazo legal, manifestar os apontamentos a seguir elencados.

#### I-DOS FATOS

A Sub-Comissão especial designada para o julgamento das Propostas Técnicas das 3 licitantes ora em disputa, em Ata divulgada em 10/8, indicou, em síntese, a 1a. colocação para a empresa Sílvio E. Amorim Pereira-ME; com 89,17 pontos; em 2a. colocação, a empresa TBZ/MD, com 87,17 pontos; e em 3o. lugar, a Imagem Única, com 86,72. Portanto; a Imagem Única, nesta fase, está a 1,06 pontos de diferença da 2a. colocada; e a 2,45 pontos da 1a. colocada. Isto posto, passou a verificação das propostas destas licitantes, à luz das notas dadas pelos membros da CPL.

II-APONTAMENTOS ACERCA DA PROPOSTA TÉCNICA DA 1a. COLOCADA (Sílvio E. Amorim Pereira-ME). Não é necessário muito esforço para verificarmos falhas técnicas e omissões na proposta da licitante supra, e que aqui vamos pontuar uma a uma. Pois tratam-se de exigências editalícias.

i.-Na Capacidade de Atendimento: A licitante não apresentou a qualificação, CV ou o perfil dos profissionais que atenderão o cliente. Apenas listou seus nomes (item B). Não detalhou os recursos materiais disponíveis atuais ou futuros (item C). Não detalhou nem fixou os prazos a serem praticados para a entrega (item D). Não traz absolutamente nenhuma informação sobre o que colocará à disposição da SAE, no âmbito de pesquisas e controles de mídia (item E).

Rua T-62, 455, Casa 2, CEP 74823-330, Setor Bela Vista, Goiânia, Goiás  
(62) 3213-2540 | atendimentogo@imagemunica.com.br  
www.imagemunicapropaganda.com.br

Talita



ii-Na Estratégia de Mídia: apresentou modelos diferentes de planilhas tipo PI; cada uma delas com um tipo de fonte diferente; em flagrante afronta aos ditames do Edital; que padronizara o modelo Arial. algumas até feitas pelo veículo. Listou o jornal Diário da Manhã (PI No. 82.7), como sediado em Florianópolis/SC; e mesmo sendo este jornal com sede em Goiânia, isto o faz destinar mais de 8% da sua verba proposta para um veículo que não está sediado no município, não obstante sua tímida circulação local;

iii-Atestados: somente 2 atestados são presentes em sua Proposta: um de um anunciante; e outro, de uma emissora de rádio. A ausência de mais atestados de outros clientes e veículos é sentida, comparada às demais licitantes;

iv-Relatos de Casos: simplesmente não identificamos nas cópias enviadas, os dois relatos de casos desta licitante, com o referendo formal dos anunciantes;

v-Idéia Criativa: as peças apócrifas da licitante, não obedeceram à regra de colocação de moldura preta nas peças impressas de sua proposta; o que comprometeria a identificação da licitante já na fase 1, e ensejar sua desclassificação sumária.

Porém, mesmo com todos estes gravíssimos apontamentos acima, a Sub-Comissão entendeu que a pontuação da licitante deveria ser superior; e nada foi subtraído de sua nota técnica em prejuízo de sua atual posição; mesmo com as falhas e omissões. Fato que carece ser reparado pelos seus membros, por ser de justiça.

## II-OBSERVÂNCIA À FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

Outro ponto que merece prosperar é a análise da fundamentação legal do Edital, itens 3.1, e 4.1.1. Lá, são mencionadas as Leis Federais 4.680/1965, e a Lei 12.232/2010. A primeira versa sobre a definição legal de uma agência de publicidade. A segunda estabelece normas federais para os certames do setor publicitário, no âmbito da Administração Pública.



Ao verificarmos o CNAE de atividade da licitante em primeiro lugar; temos uma surpresa: são quase 10 atividades distintas, cujo CNAE principal é o de organização de feiras, congressos e exposições; temos também: compra, venda, aluguel de imóveis; temos o agenciamento de profissionais para atividades esportivas; temos o agenciamento de espaços publicitários(CNAE destinado à veículos); e por fim; temos consultoria de publicidade; e por fim, também agência de publicidade.

Isto posto, nosso entendimento é que, pelo próprio nome fantasia (Planet Promo), a licitante em 1o. lugar não é uma agência de publicidade à luz definida na Lei 4.680/1965; é uma agência de atividades promocionais. O próprio site da mesma menciona o setor promocional. O fato de ter um CNAE de atividades de veículo afronta cabalmente a referida legislação publicitária: não se pode ser agência e veículo, simultaneamente.

Entendemos que, embora estes temas possuam conexão com a etapa futura de habilitação, é necessário que a SAE promova diligências nesta etapa recursal, com fulcro do item 24.7 do Edital, a fim de garantir justa apreciação dos fatos na fase em que as notas técnicas estão sendo avaliadas; evitando prejuízos às licitantes, e em face da boa governança e boas práticas de gestão.

Não obstante isso, o fato acima se confirma quando verificamos consulta ao Conselho da categoria, o CENP([www.cenp.com.br](http://www.cenp.com.br)), responsável pela governança e curadoria do mercado publicitário, e incorporado ao Sistema Legal por força do Decreto 4.563/2002.

Ao se verificar a consulta sobre a certificação técnica da licitante em 1o. lugar; se constata de que a mesma não está registrada nem certificada no Conselho. Temos apenas uma empresa certificada em Catalão, a K+ Publicidade. Assim, sem a certificação do CENP, a licitante em 1o. lugar teria inviabilizado economicamente seu atendimento à SAE, pois não poderia receber o desconto-padrão pela intermediação junto aos veículos, por não ser uma empresa certificada tecnicamente. E para se certificar, a exigência do Conselho é cristalina no objeto do contrato social. Esta CPL poderá verificar, junto ao site supra citado([www.cenp.com.br](http://www.cenp.com.br)).

Vamos mais ainda adiante. O edital atestou em diversas oportunidades, que seguia a Lei federal 12.232/2010, destinada à contratação de serviços do ramo publicitário na Administração Pública. Vejamos, assim, o Artigo 4, e inciso 1, desta Lei federal:



Lei 12.232/2020, Artigo 4o: "Os serviços de publicidade previstos nesta lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento. Parágrafo 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 entidade legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda."

Transcrito o trecho acima, perguntamos: por que o Edital, na parte de documentos para a habilitação, excluiu a exigência de certificação do CENP; dado que o mesmo integra a Lei federal? A SAE teria o condão para alterar e/ou suprimir documentos de lei federal? Desta feita, resta solicitar a desclassificação sumária já na fase técnica da licitante em 1º lugar, dado que, além das questões e omissões da proposta técnica, não cumpre o disposto básico no item 3.1 do Edital: não exercem as atividades disciplinadas pela Lei 4.680/1965; e afronta a exigência formal da Lei 12.232/2010.

### III-APONTAMENTOS EM RELAÇÃO À 2a. COLOCADA (TBZ/MD Agência de Publicidade Eirelli).

I-Capacidade de Atendimento, Item B. No que tange à expertise e tempo de atuação dos seus profissionais, a Imagem Única foi prejudicada. Pois os membros de sua equipe tem uma quantidade de experiência (em anos) superior à da 2a. colocada; especialmente no atendimento de contas do setor público. Além disso, ofertou disponibilizar estrutura e atendimento exclusivo residente em Catalão para a conta; e foi subtraída de pontos.

I-Capacidade de Atendimento, item E. No que tange oferecer informações de comunicação e marketing, pesquisa e controle de mídia sem ônus à SAE, a licitante em 2o. lugar ofertou a utilização de dados(de planejamento) das ferramentas TGI, Buzz Monitor, e Octoboard. E ficou nestas 3 ofertas.



A imagem Única ofereceu pesquisas, métricas e conteúdos de 10 instituições diferentes, tanto de pesquisa/audiência/mídia On-Off; hábitos de consumo, comportamento, estatísticas, gestão corporativa, análise econômica. São eles: Nielsen, Ipsos, Kantar-Ibope, IAB, Grupo de Mídia/Mídia Dados, FGV, IBGE, CENP, CONAR, e IVC. Ou seja, mais do triplo de informações relevantes ofertados.

Além disso, ofertou também: acesso de conteúdos de 10 das maiores publicações especializadas de propaganda do país: Propmark, Meio & Mensagem, About, Grandes Nomes da Propaganda, Revista Propaganda, Revista Marketing, Revista ESPM, Marketing em Goiás; para ficar nestes.

E, principalmente, neste mesmo quesito, a Imagem Única ofertou a realização sem ônus para o anunciante, como prevê o Edital, de 3 outros eventos:

- >Clipagem Digital de conteúdos SAE(portais e imprensa) com entrega mensal regular;
- >Realizar um Workshop de Mídia Training para a direção e Ascom da SAE, com profissionais convidados e especializados;
- >Realizar um Workshop de Gestão Digital e Redes Sociais, visando reciclagem e upgrade aos participantes da hierarquia SAE, e Ascom.

Mesmo assim, a Sub-Comissão deixou a 2a. colocada em 1,06 ponto a mais, fato que pedimos pronta reconsideração, vez que os argumentos acima mais do que se justificam para suprir tal diferença, e alterar a pontuação do certame.

Ilustre Senhor Presidente:

Ao concluir nossa exposição, reiteramos a atenção de V.Sa para o acatamento deste recurso. A SAE não iria contratar uma obra de engenharia sem a licitante estar registrada no CREA, correto? Ou contratar serviços jurídicos de profissionais sem inscrição na OAB?. Portanto, entendemos que não deveria contratar serviços de uma agência sem a certificação do Conselho da categoria; no caso, o CENP.

Rua T-62, 455, Casa 2, CEP 74823-330, Setor Bela Vista, Goiânia, Goiás  
(62) 3213-2540 | atendimento@imagemunica.com.br  
[www.imagemunicapropaganda.com.br](http://www.imagemunicapropaganda.com.br)



Assim, pedimos:

1. A desclassificação da licitante Sílvia E .Amorim Pereira ME, pelas falhas e omissões técnicas; e ainda; pela sua inadequação de CNAE como agência de publicidade; e de a mesma não possuir a certificação no CENP;
2. A revisão das notas técnicas de nossa empresa, que, conforme exposto, ofereceu um volume de informações de comunicação, marketing, pesquisa e controle de mídia (sem ônus à SAE) muito superior, e está perdendo por 1,06 pontos de diferença, da 2ª colocada.
3. Realizar as eventuais diligências necessárias no âmbito do aproveitamento do atual certame; e ratificar os termos das condições da etapa futura de Habilitação, passando a incluir a exigência da certificação do CENP, com fulcro no Art.4º da Lei 12.232/2010, pelas razões aqui expostas.

Termos em que pede, e espera deferimento, por ser de Direito.

*Talita de Moraes Alves*  
Talita de Moraes Alves  
Procuradora  
CPF 010.842.651-33  
RG: 5817491 SSP-GO