**Oficio n° 50/2021**

**Pouso Alegre, 19 de fevereiro de 2021.**

**Ao Senhor**

**André Albuquerque Oliveira**

**Presidente da Comissão Permanente de Licitações**

**Câmara Municipal**

**Pouso Alegre – MG**

**Assunto:** Autoriza a abertura de processo licitatório na modalidade Tomada de Preços para a contratação de agência de publicidade e determina à “Comissão Permanente de Licitações” as providências necessárias para o prosseguimento do certame.

1. Na forma do art. 38, *caput*, da Lei 8.666/93, **venho autorizar a realização de Tomada de Preços para a contratação de serviços de publicidade**, na forma de execução indireta, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 ações publicitárias junto a públicos de interesse.
2. **A opção pela modalidade Tomada de Preços se justifica em função do valor estimado da contratação**, cuja previsão orçamentária foi a dotação de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais). O valor está acima do limite de R$ 176.000,00 fixado para licitação por Carta-Convite, ou seja, dentro dos limites da licitação por Tomada de Preços (entre R$ 176.000,00 e 1.430.000,00). **A dotação para a despesa está prevista na seguinte ficha orçamentária: 01 03 01 031 0014 8.014 3 3 90 39 (ficha 73).**
3. Na falta de regulamento local, foram utilizados como referência os critérios fixados na Instrução Normativa SECOM 03/2018 para a definição do tipo de licitação, conforme segue:
	1. Valor estimado da contratação como elemento limitador da abrangência (conforme art. 11, I, “a”, IN-SECOM 03/2018);
	2. Adequada execução contratual exigir nível básico de qualificação técnica (conforme art. 11, I, “b”, IN-SECOM 03/2018)
4. A compatibilidade da contratação a ser realizada pela Câmara Municipal com o primeiro critério demanda, inicialmente, a determinação da abrangência da contratação por meio da análise dos seguintes aspectos do objeto:
	1. o tipo de ação publicitária publicitária predominante é de mídia (Inciso I do art. 12 da IN-SECOM 03/2018);
	2. a quantidade de Meios de Comunicação a serem utilizados no contrato inclui todos os previstos no Inciso II do art. 12 da IN-SECOM 03/2018;
	3. o público-alvo é a sociedade em geral, isto é, as ações publicitárias não serão direcionadas a segmentos específicos (Inciso III do art. 12 da IN-SECOM 03/2018);
	4. o perfil geográfico das ações de publicidade é local (Inciso IV do art. 12 da IN-SECOM 03/2018); e
	5. a avaliação da sazonalidade das necessidades de desenvolvimento de ações publicitárias também é critério para definição da abrangência da contratação. A necessidade, desse modo, é continuada, considerando o calendário de atividades e eventos da ASCOM que consta no Plano Anual de Comunicações e segue em anexo (Inciso IV do art. 12 da IN-SECOM 03/2018).
5. Caracterizada a abrangência da contratação, passamos a análise da verba compatível para definição do tipo mais adequado da licitação nos termos da IN SECOM 03/2018.
6. Em seu art. 13, o valor considerado compatível com uma atuação abrangente é a vultosa soma de R$ 106.400.000,00 (cento e seis milhões e quatrocentos mil reais). É evidente que o valor da contratação fixado como critério tem como referência a realidade da Administração Pública Federal, enquanto a dotação prevista no orçamento da Câmara Municipal para a publicidade institucional é de apenas R$ 200.000,00 (duzentos mil reais). Logo, é razoável e proporcional supor que o valor previsto para a contratação da Câmara Municipal não é compatível com a abrangência nos termos da Resolução SECOM 03/2018.
7. Conclusão: As ações têm abrangência significativa, mas o valor estimado, por ser para divulgação local, de ações de alcance restrito às competências da Câmara Municipal, é muito inferior ao estipulado como compatível pela Administração Pública Federal. A dotação orçamentária prevista para a publicidade institucional é muito inferior e, portanto, configura elemento limitador, satisfeito assim o primeiro critério para o tipo de técnica e preço estabelecido pela Resolução SECOM 03/2019.
8. Quanto ao segundo critério, a adequada execução contratual exige nível básico de qualificação técnica, tendo em vista que as ações a serem contratadas pela Câmara conforme se depreende do Plano Anual de Comunicações elaborado pela Assessoria de Comunicação (em anexo), não possuem complexidade a ponto de exigir qualificação técnica especial.
9. Portanto, após analises dos critérios, considerando a proporcionalidade, a razoabilidade e para criar as melhores condições de seleção de uma proposta vantajosa à Câmara Municipal, **o tipo de licitação mais adequado é o de técnica e preço**.
10. A estimativa de preços de mercado, conforme art. 7º, § 2º, Inciso III da Lei 8.666/93, foi calculada de acordo com os descontos e honorários praticados em contratos vigentes de outros órgãos da Administração Pública. **O orçamento estimado em planilhas com os custos unitários, de acordo com o Plano Anual de Publicidade, consta em anexo a ser especificado no item 16.1.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Agência | CNPJ | Contratante | Contrato | Vigência | Valor do Contrato | Desconto sobre os custos internosTabela SINAPRO | Honorários sobre outros serviços |
| Idea Publicidade Ltda, -ME | 10.341.538/0001-13 | Prefeitura Municipal de Extrema | 95/2019 | 02/05/2021 | R$ 1.800.000,00 | 91% | 7%\* |
| Vitrine Comunicação Ltda. EPP | 07.364.767/0001-36 | Prefeitura Municipal de Ouro Preto | 01/2018 | 23/10/2021 | R$ 1.000.000,00 | 95% | 5%\*\* |
| Octopus Comunicação Ltda. | 50.185.198/0001-01 | Câmara Municipal de São Paulo | 04/2019 | 19/02/2021 | R$ 27.173.950,00 | 95% | 1%\*\*\* |
| Visualize Assessoria de Comunicação Ltda. EPP | 05.432.160/0001-23 | Prefeitura Municipal de Pouso Alegre | 18/2019 | 07/02/2021 | R$ 2.000.000,04 | 75% | 10%\*\*\*\* |
| Media |  |  |  |  |  | **89%** | **5,75%** |

\*”Cláusula Quarta – Do Preço” – item 4.2.

\*\*Cláusula Terceira – Preços e Condições de Pagamento” – item 3.2, alínea “d”.

\*\*\*Cláusula Terceira – Da remuneração” – Itens 3.1.2 a 3.1.6.

\*\*\*\*Cláusula Sétima – Da remuneração” – Item 7.1.

1. A lista dos documentos autuados em anexo, para sustentar as exigências da fase interna do processo, foi definida após análise da jurisprudência do TCE-MG.
2. A maior parte dos acórdãos consultados, em que constam condenações por irregularidades em licitações para contratação de agência de publicidade, foi julgada na Segunda Câmara. Há um impasse na jurisprudência sobre o que deve ser autuado ao processo para lastrear a fase interna: 1. se apenas o *briefing*, ou 2. o Plano Anual de Comunicações atrelado a um projeto básico/briefing (um ato cuja forma híbrida contemple a Lei 8.666/93 e a Lei 12.232/2010 ao mesmo tempo). Os entendimentos levantados na pesquisa demonstram que ainda não se consolidou uma posição majoritária.
3. A maior parte das denúncias e representações apuradas foi encaminhada por empresas que participavam das licitações. Em todos os casos os apontamentos iniciais foram aditados pelas Unidades Técnicas e pelo Ministério Público de Contas. Assim, dada a complexidade e demora do procedimento regulamentado pela Lei 12.232/2010, o modo de proceder mais seguro é o que seja suficiente para resguardar a licitação de eventuais impugnações e questionamentos capazes de acarretar prejuízos ao regular andamento do certame, evitando assim causas de impropriedades, irregularidades e nulidades.
4. Os últimos entendimentos pesquisados tendem a sobrepor a validade do art. 6º, caput e Inciso II da Lei 12.232/2010 aos arts. 6º, Inciso IX, 7º, Inciso II e Incisos II e III do § 2º e o 40 da Lei 8.666/93, inclusive estendendo a vigência da Lei 12.232/2010 a licitações realizadas antes da sua promulgação. Porém, mesmo nos entendimentos menos rigorosos, o mínimo necessário para o TCE-MG é autuar ao processo não somente o *briefing* mas também a Referência de Custos Internos da SINAPRO-MG.
5. Até 2019 as decisões seguiam orientação das unidades técnicas e do MPC no sentido de exigir a autuação do “Plano Anual de Comunicação”, do qual se deveria extrair o *briefing* (com nível de detalhamento correspondente ao exigido para o projeto básico) e o orçamento estimado em planilhas. As decisões após 2019 moderaram as exigências, embora elas ainda sejam objeto de questionamento.
6. Assim, para melhor atender ao que o TCE-MG entende como suficiente para dar concretude aos princípios e finalidades da lei de licitações, seguem em anexo:
	1. Plano Anual de Comunicação elaborado pela Assessoria de Comunicação (ASCOM) com a previsão de todas as ações publicitárias referentes ao calendário anual de eventos (que deve constar em anexo), também para comprovação da continuidade das necessidades a serem atendidas pelo contrato de publicidade e posterior fundamentação de possibilidade de prorrogação, na forma da Consulta 1.007.553 do TCE-MG (Anexo 1);
	2. O *briefing*, elaborado com base no “Anexo B” da Instrução Normativa-SECOM 02/2018 (Anexo 2)
	3. O orçamento estimado em planilhas definindo custos unitários com base na Referência de Preços de custos internos do SINAPRO-MG e com a distribuição de recursos orçamentários compatível com as ações publicitárias previstas no Plano Anual de Comunicação (Anexo 3).
7. Solicito ainda que o Departamento Jurídico aprecie, no momento oportuno, quando da análise do edital e do processo, a regularidade da documentação ora anexada.
8. Designo, por fim, a Comissão Permanente de Licitação para o processamento do certame, e determino a abertura do processo com a juntada dos seguintes documentos em anexo:
	1. Relação de nomes, com a comprovação de formação na área de publicidade ou atuação na área por meio de currículos, a ser publicada no Boletim Oficial do Legislativo para convocação de sessão de sorteio, indicados pela Diretora da ASCOM, na forma do art. Da Lei 12.232/2010 (Anexo 4);
	2. Contratos de outros Órgãos/Entidades da Administração Pública, utilizados como referência de preços para fixação de descontos e honorários médios com a finalidade de verificação da compatibilidade das propostas com os valores praticados no mercado (Anexo 5);
	3. Levantamento de jurisprudência do TCE-MG analisado nos itens 10 a 15 (Anexo 6).

Cordialmente,

Bruno Dias Ferreira

Presidente da Mesa Diretora