

DECISÃO DE IMPUGNAÇÃO

DAS PRELIMINARES

Trata-se de resposta ao pedido de impugnação ao Edital do Pregão Eletrônico nº 020/2024, processo administrativo 2024/000074, cujo objeto é a Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo veicular material para homenagem ao dia do profissional de Educação Física.

A impugnação foi apresentada pela empresa **MANOELLA DOS SANTOS RODRIGUES – MEI**, inscrita no CNPJ sob o nº **56.582.258/0001-06**.

DAS ALEGAÇÕES E DO PEDIDO

Desta forma, requer seja acolhido o pedido de impugnação, retificando-se o Edital do Pregão Eletrônico nº 90020/2024 para que seja ofertado a distribuição dos serviços por lotes/itens, eis que da forma como se apresenta configura ato irregular, por restringir a competitividade do certame, prejudicando não só a obtenção dos preços mais vantajosos para a Administração, mas também o desenvolvimento econômico e social no âmbito regional (Lei Complementar nº 123/06).

DA LEGITIMIDADE E ADMISSIBILIDADE DO PEDIDO

Nos termos do caput do Art. 164 da Lei nº. 14.133, de 1º de abril de 2021, qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos;

Art. 164. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

Portanto, admite-se e julga o pedido de impugnação formulado pela empresa MANOELLA DOS SANTOS RODRIGUES – MEI, nos termos da legislação vigente de sua legitimidade.

DA TEMPESTIVIDADE DO PEDIDO DE IMPUGNAÇÃO

Considerando que o pedido foi protocolado no dia 16 de agosto de 2024, é clarividente afirmar que a impugnação ao edital referente ao Pregão Eletrônico nº 020/2024, do processo administrativo nº 2024/000074, formulado pela impugnante é **tempestivo**.

DA ANÁLISE DAS ALEGAÇÕES

Justifica-se o agrupamento dos itens com preço global para a contratação de uma agência de publicidade destinada exclusivamente à veiculação de conteúdo, sem a divisão por itens, considerando:

- Interdependência dos Serviços: A veiculação de campanhas publicitárias envolve a coordenação de diversos canais de mídia (TV, rádio, internet, outdoor, etc.). Dividir essa

contratação em diferentes lotes ou itens poderia resultar em uma falta de integração, prejudicando a coerência e a eficácia da campanha. Ao contratar uma única agência para todas as veiculações, garante-se que a estratégia de mídia seja executada de forma coesa, maximizando o impacto da campanha.

- **Unidade de Execução e Responsabilidade:** Ao centralizar a contratação da veiculação em uma única agência, simplifica-se o processo de controle e monitoramento, evitando problemas de falta de responsabilidade ou de inconsistências entre diferentes fornecedores. A agência contratada terá responsabilidade integral pela execução da estratégia de mídia, o que facilita a gestão do contrato e assegura que todos os aspectos da veiculação sejam atendidos conforme planejado.
- **Ganhos em Eficiência e Agilidade:** A execução da campanha publicitária de forma integrada por uma única agência permite maior agilidade na tomada de decisões e ajustes durante a campanha, além de facilitar o cumprimento de prazos. Caso a veiculação seja fragmentada, o processo de ajuste e coordenação pode ser significativamente mais lento e menos eficiente.
- **Evita Conflitos de Interesses e Competitividade:** Ao dividir os itens da licitação, pode-se criar um ambiente de competitividade entre diferentes fornecedores que poderia resultar em conflitos de interesses, especialmente se os canais de mídia competirem entre si por audiências ou espaço publicitário. A contratação de uma única agência minimiza esses riscos, garantindo que o foco esteja na estratégia de comunicação desejada.
- **Otimização de Custos:** A negociação com uma única agência para a veiculação permite que se obtenham melhores condições financeiras devido ao volume total contratado. Dividir a licitação por itens poderia resultar em perda de poder de barganha e, potencialmente, em custos mais altos devido à falta de economia de escala.
- **Gestão Simplificada de Resultados e Relatórios:** Com uma única agência responsável, a mensuração de resultados e a análise de desempenho da campanha são simplificadas. A centralização facilita a geração de relatórios unificados e a realização de ajustes em tempo real, proporcionando uma visão clara e completa do impacto das veiculações.
- **Uniformidade na Qualidade:** A contratação por preço global pode garantir uma uniformidade na qualidade do serviço ou bem fornecido, uma vez que o fornecedor é responsável por todas as etapas do projeto. Assim, há maior coerência no resultado final.

A licitação será realizada em um único lote, uma vez que os itens licitados possuem peculiaridade entre si que permite maior competitividade tendo em vista a quantidade de itens a serem contratados. Conforme art. 40, Inciso V, alínea a, da Lei 14.133/2021, entende-se que os itens foram agrupados em lote de modo a manter a padronização técnica e de desempenho;

O TCU, em sede de Acórdão nº 861/2013, pronunciou-se no sentido de que "é lícito o agrupamento em lotes de itens a serem adquiridos por meio de pregão, desde que possuam mesma natureza e que guardem relação entre si". Nesse sentido, considera-se que o agrupamento de itens com características semelhantes, normalmente oferecidos por uma mesma empresa, não compromete a competitividade do certame, uma vez que várias empresas que atuam no mercado apresentam condições e aptidão para a cotação de todos os itens;

O agrupamento de itens também possui o objetivo de resguardar a efetividade do processo de aquisição, sustando a possibilidade de não atrair licitantes para um determinado item, evitando que o mesmo não seja adjudicado;

Somado a isso, o agrupamento dinamiza e uniformiza o processo de contratação, facilitando o processo de entrega e controle de qualidade dos produtos, tornando-o mais satisfatório do ponto de vista da eficiência técnica, trazendo mais vantagens e permitindo uma padronização dos itens a serem fornecidos, além de facilitar o gerenciamento, já que a execução estará a cargo de uma mesma empresa;

O agrupamento dos itens em lotes também poderá gerar ao licitante ganhador maior economia de escala, que certamente será traduzida em menores preços em sua proposta global;

Denota-se que a contratação por lotes é mais econômica e tecnicamente viável para a aquisição do objeto em questão, estando devidamente justificada por questões operacionais, econômicas e de gestão a decisão para realização da contratação por lotes.

No entanto, a Administração pretende apenas a publicação de anúncios e outras peças de comunicação, além disso, todas as demais atividades relacionadas a criação, planejamento, atos inerentes à confecção em si da arte serão executados pelo departamento especializado da Autarquia, logo não estará sendo contratado um conjunto de atividades a serem realizadas integradamente e que envolvem estudo, planejamento, conceituação, concepção e a criação de determinado serviço publicitário. Portanto, afasta-se a aplicabilidade da Lei nº 12.262/10;

O contrato em questão, não obstante ser inerente à atuação de uma agência de propaganda, não é parte de uma ação integrada/conjunta que envolve planejamento/conceituação/concepção/criação. A mera divulgação dos anúncios/peças de comunicação compreende serviço que, na forma das diretrizes do Termo de Referência, pode ser considerado comum e, assim, licitado pelo tipo “menor preço”, sendo adequada a utilização do pregão eletrônico;

A Lei 12.232/10 diz respeito as atividades que deverão ser realizadas INTEGRADAMENTE, o que indica a complexidade da contratação. Para que seja utilizada a mencionada Lei, a contratação almejada deve alcançar tanto um trabalho intelectual de criação de um conceito quanto a execução deste conceito por meio das vias publicitárias adequadas. O que não é o presente caso, uma vez que não requer nenhum desenvolvimento prévio de conceito publicitário.

Cabe ressaltar que o Pregão Eletrônico é modalidade licitatória prevista na Lei 14.133/2021, de total transparência e acesso público, sendo exigidas documentações de habilitação conforme Edital e Anexos, que são suficientes para verificação da expertise no serviço em questão a ser prestado.

Sendo assim, reforça a ideia de que a contratação por preço global, sem divisão por itens, é a melhor opção para garantir a eficácia, a eficiência e a integração na veiculação das campanhas publicitárias.

DA DECISÃO

Sendo assim, na forma do parágrafo único do Art. 164 da Lei 14.133/2021, decidimos pelo **NÃO ACOLHIMENTO** do pedido de impugnação apresentado pela empresa **MANOELLA DOS SANTOS RODRIGUES – MEI**, inscrita no **CNPJ sob o nº 56.582.258/0001-06**.

Por fim, comunicamos que aos atos motivadores será dada a devida publicidade.



Vitória (ES), 21 de agosto de 2024.

Ibsen Lucas Pettersen Pereira
Presidente