



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
SECRETARIA-GERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

## **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**

### **COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

#### **ANÁLISE DE RECURSO ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA PARA O LOTE 04**

No dia 29 de junho de 2020, a Comissão Especial de Licitação do Governo do Estado de Minas Gerais formada pelos membros internos Juliano Fisicaro Borges, Carlos Magno de Sales Barbosa, Cláudio Márcio Guisoli, Mônica Secundino da Silva Augusto e Simone Ribeiro Pereira Soares, reuniram para julgamento do recurso interposto contra a decisão da Comissão Especial de Licitação proferida aos nove dias do mês de junho de 2020, em sessão pública, onde foram abertos os invólucros 4 para o julgamento da proposta de preço e resultado final das licitantes no processo de seleção das agências que irão prestar serviços de publicidade e propaganda para as secretarias do Governo de Minas Gerais.

#### **RESPOSTA AO RECURSO DA REQUERENTE: *NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA PARA O LOTE 04***

Analisando o recurso e a contrarrazão:

Trata-se de Recurso Administrativo interposto pela NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., na data de 19.06.2020, em face da decisão resultante do julgamento da proposta de preço e pontuação final do Edital de Concorrência nº 01/2019, cuja ata foi publicada em 10.06.2020.

Alega a recorrente, em suma, irregularidade na proposta apresentada pela também licitante TOM COMUNICAÇÃO LTDA., a qual, supostamente, apresentou valores irrisórios, simbólicos, abaixo daqueles efetivamente praticados no mercado, o que tornaria a proposta manifestamente inexequível.

Requer que seja declarada a nulidade da decisão proferida pela Comissão Especial de Licitação, bem como a desclassificação da Tom Comunicação Ltda., com a consequente exclusão de seu nome no certame e publicação de nova classificação das licitantes.

Em sede de Impugnação, a TOM COMUNICAÇÃO LTDA. se manifestou na data de 25.06.2020, alegando, em síntese, que a proposta apresentada se encontra dentro dos padrões previstos em edital. Aduz que, atualmente, presta serviços similares ao Estado de Minas Gerais e que não possui antecedentes de inadimplência contratual. Ademais, informa que as licitantes ZUBB AGÊNCIA DIGITAL E COMPET MARKETING apresentaram propostas idênticas às dela.

Por fim, expõe que, em momento oportuno, demonstrará sua qualificação técnica, econômico-financeira e sua regularidade fiscal. Requer, deste modo, seja negado provimento ao recurso apresentado pela NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

Sendo que os demais licitantes não se manifestaram.



## II – DA TEMPESTIVIDADE

### Do Recurso Administrativo: New Publicidade e Comunicação Integrada Ltda.

1. O item 9.14 do Edital de Concorrência nº 01/2019, com fulcro no artigo 11, §4º, inciso X<sup>1</sup>, da Lei 12.232/2010, c/c artigo 109, inciso I, alínea “b”<sup>2</sup>, da Lei 8.666/1993, apresenta a seguinte redação:

9.14 cabe recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, no prazo de **5 (cinco) dias úteis da sua publicação.**

2. No presente caso, a Ata da Sessão Pública para Abertura do Invólucro de nº 04, Julgamento da Proposta de Preço e Pontuação Final foi publicada na quarta-feira, 10.06.2020, no Diário Oficial do Estado de Minas Gerais, Caderno 1, pág. 18, sendo certo que naquela constou-se o seguinte teor:

[...]

12-**Informou que o resultado do julgamento das propostas de preço será publicado no Diário Oficial de Minas Gerais, bem como disponibilizado no site da Secretaria de Estado de Governo, na seção Editais e Avisos/Editais de Publicidade (www.governo.mg.gov.br/ download), quando, a partir de então será contado o prazo recursal de 5 (cinco) dias úteis.**

13-Solicitou aos licitantes presentes, a manifestação expressa acerca do interesse quanto à interposição de recurso aos resultados apurados, a fim de, em caso negativo, renunciarem o prazo recursal dessa fase, por se

---

1 Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

[...]

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

[...]

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na [alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#);

[...]

2 Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante;

b) julgamento das propostas;

[...]



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
SECRETARIA-GERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

tratar de fase de proposta de preços. Neste momento houve manifestação de vistas aos documentos por um dos licitantes.

[...]

3. Ademais, por mera liberalidade, a Comissão Licitante promoveu, outrossim, o envio de e-mail informando referida publicação, em 10.06.2020, às 09h46, aos e-mails cadastrados pelos licitantes que compareceram à referida sessão, incluindo o endereço "[carol@new360.com.br](mailto:carol@new360.com.br)", pertencente ao ora Recorrente.
4. Em consonância com o artigo 110 da Lei 8.666/1993, a qual institui normas para licitações e contratos da Administração Pública, na contagem de prazos excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.
5. Pois bem. *In casu*, o item editalício retro colacionado, bem como o artigo 109, inciso I, da Lei 8.666/1993 determinam, explicitamente, que a contagem de prazo ocorrerá em dias úteis.
6. Cabe ressaltar que acrescenta o parágrafo único do art. 110 que só se iniciam e vencem os prazos em dia de expediente no órgão ou na entidade.
7. Deste modo, considerando-se que a ata da sessão em comento foi publicada na quarta-feira, 10.06.2020 e que na quinta-feira, dia 11.06.2020 e na sexta-feira, dia 12.06.2020, não houve expediente na Secretaria Geral do Estado de Minas Gerais em razão do feriado de *Corpus Christi* e ponto facultativo que se seguiu, tem-se que o **prazo recursal iniciou-se na segunda-feira, dia 15.06.2020, findando-se, portanto, na sexta-feira, dia 19.06.2020.**
8. Cumpre salientar, outrossim, que tendo sido franqueada vista à licitante na primeira hora do dia do início do prazo recursal, não há de se falar em postergação do prazo recursal com fulcro no art. 109, §5º, da Lei 8.666/1993, conforme apresentado pelo recorrente, uma vez que referida disposição normativa foi devidamente respeitada.
9. De todo modo, apresentado o recurso na data de 19.06.2020, mostra-se perfeitamente tempestivo o recurso apresentado pela New Publicidade e Comunicação Integrada Ltda.



**Da Impugnação: Tom Comunicação Ltda.**

10. O item 9.14 do Edital de Concorrência nº 01/2019 tem por base o artigo 11, §4º, inciso X, da Lei 12.232/2010 e o artigo 109, inciso I, alínea “b”, da Lei 8.666/1993, os quais apresentam a seguinte redação:

**Lei 12.232/2010:**

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

[...]

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

[...]

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na [alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#);

[...]

**Lei 8.666/1993:**

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

[...]

b) julgamento das propostas;

[...]

11. Acrescenta o §3º do art. 109 da Lei 8.666/1993, porém, que após o transcurso do referido prazo, deve a Administração comunicar aos demais interessados a existência de eventual recurso, para que procedam à apresentação de impugnação, caso queiram, também no prazo de 05 (cinco) dias úteis. Veja-se:



[...]

§ 2º O recurso previsto nas alíneas "a" e "b" do inciso I deste artigo terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

**§ 3º Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.**

[...] (g.n.)

12. Tal previsão encontra respaldo, outrossim, no art. 5º, inciso LV da Constituição Federal de 1988, o qual prevê que *aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes.*

13. Pois bem. Na data de 20.06.2020, sábado, houve a publicação da abertura do prazo para impugnação, referente ao Recurso apresentado pela New Publicidade e Comunicação Integrada Ltda., em face do Julgamento da Proposta de Preço e Pontuação Final, no Diário Oficial do Estado de Minas Gerais, Caderno 1, pág. 22.

14. Salienta-se que, por mera liberalidade, a Comissão Licitante promoveu, outrossim, o envio de e-mail informando referida publicação, em 22.06.2020, às 12h00 ao e-mail [concorrencia@tomcomunicacao.com.br](mailto:concorrencia@tomcomunicacao.com.br), do ora impugnante.

15. Deste modo, **ainda que publicada a abertura do prazo para impugnação no sábado, 20.06.2020, considerar-se-á a data do dia 22.06.2020, segunda-feira, como data de divulgação daquela, iniciando-se o prazo recursal, portanto, na terça-feira, dia 23.06.2020.**

16. Neste sentido, extrai-se trecho de decisão exarada pelo Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais. Veja-se:

[...]

No inciso V do art. 4º da Lei n. 10.520/2002, na qual se trata do Pregão, foi estabelecido o prazo mínimo para a apresentação das propostas, nos seguintes termos:



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
SECRETARIA-GERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Art. 4º. A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras:

[...]

V. o prazo fixado para a apresentação das propostas, contado a partir da publicação do aviso, não será inferior a 8 (oito) dias úteis.

Por sua vez, na Lei de Licitações, aplicada subsidiariamente para a modalidade pregão, está prevista a forma de contagem dos prazos, in verbis:

Art. 110. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.

Parágrafo único. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade.

**Compulsando os autos, verifiquei que o edital foi veiculado na Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais, fls. 167 e 189, e no Jornal Hoje em Dia, fl. 166, no dia 11/01/2014, sábado, dia em que não há expediente no órgão.**

**Aplicando-se a legislação pertinente, considera-se divulgado o instrumento convocatório em tela na segunda-feira, 13/01/2014, o que leva o início da contagem do prazo para o dia seguinte, 14/01/14. A partir daí, somam-se os 8 (oito) dias úteis do prazo mínimo legal, que findaria em 23/01/14.** (Denúncia nº 912077 TCE/MG - 2015) (g.n.)

17. Insta ressaltar que referida decisão foi confirmada em sede do Recurso Ordinário nº 958314, conforme excerto:

[...]

De fato, ao analisar os autos da Denúncia, verifica-se que houve infringência à disposição legal, não tendo sido observado o prazo mínimo de 08 (oito) dias úteis entre a publicação do ato convocatório a abertura da sessão do pregão, descumprindo, assim, o que estabelece o art. 4º, V, da Lei nº 10.520/021.



Isso porque, consoante se verifica às fls. 166 e 167 do Processo nº 912077, o edital foi publicado no sábado, dia 11/01/14, e a sessão do pregão foi marcada para o dia 22/01/14, quando o correto seria a sua designação para o dia 23/01/14 ou em data posterior.

**É que, tendo a publicação ocorrido no sábado, deveria a Administração ter considerado como data da divulgação o primeiro dia útil seguinte, ou seja, a segunda-feira, dia 13/01/14, e dessa forma, a contagem do prazo mínimo de 8 (oito) dias úteis deveria ter se iniciado na terça-feira (14/01/14), findando-se em 23/01/14. (g.n.)**

[...]

18. Tem-se como findo o prazo para apresentação de impugnação, portanto, em 29.06.2020, segunda-feira. Deste modo, apresentada impugnação pela Tom Comunicação Ltda. na data de 26.06.2020, mostra-se perfeitamente tempestiva.

19. Tal previsão encontra respaldo, outrossim, no art. 5º, inciso LV da Constituição Federal de 1988, o qual prevê que *aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes.*

20. Pois bem. Na data de 20.06.2020, sábado, houve a publicação da abertura do prazo para impugnação, referente ao Recurso apresentado pela New Publicidade e Comunicação Integrada Ltda., em face do Julgamento da Proposta de Preço e Pontuação Final, no Diário Oficial do Estado de Minas Gerais, Caderno 1, pág. 22.

21. Saliencia-se que, por mera liberalidade, a Comissão Licitante promoveu, outrossim, o envio de e-mail informando referida publicação, em 22.06.2020, às 12h00 ao e-mail [concorrencia@tomcomunicacao.com.br](mailto:concorrencia@tomcomunicacao.com.br), do ora impugnante.

22. Deste modo, **ainda que publicada a abertura do prazo para impugnação no sábado, 20.06.2020, considerar-se-á a data do dia 22.06.2020, segunda-feira, como data de divulgação daquela, iniciando-se o prazo recursal, portanto, na terça-feira, dia 23.06.2020.**

23. Neste sentido, extrai-se trecho de decisão exarada pelo Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais. Veja-se:



[...]

No inciso V do art. 4º da Lei n. 10.520/2002, na qual se trata do Pregão, foi estabelecido o prazo mínimo para a apresentação das propostas, nos seguintes termos:

Art. 4º. A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras:

[...]

V. o prazo fixado para a apresentação das propostas, contado a partir da publicação do aviso, não será inferior a 8 (oito) dias úteis.

Por sua vez, na Lei de Licitações, aplicada subsidiariamente para a modalidade pregão, está prevista a forma de contagem dos prazos, in verbis:

Art. 110. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.

Parágrafo único. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade.

**Compulsando os autos, verifiquei que o edital foi veiculado na Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais, fls. 167 e 189, e no Jornal Hoje em Dia, fl. 166, no dia 11/01/2014, sábado, dia em que não há expediente no órgão.**

**Aplicando-se a legislação pertinente, considera-se divulgado o instrumento convocatório em tela na segunda-feira, 13/01/2014, o que leva o início da contagem do prazo para o dia seguinte, 14/01/14. A partir daí, somam-se os 8 (oito) dias úteis do prazo mínimo legal, que findaria em 23/01/14.** (Denúncia nº 912077 TCE/MG - 2015) (g.n.)

24. Insta ressaltar que referida decisão foi confirmada em sede do Recurso Ordinário nº 958314, conforme excerto:

[...]

De fato, ao analisar os autos da Denúncia, verifica-se que houve infringência à disposição legal, não tendo sido observado o prazo mínimo



de 08 (oito) dias úteis entre a publicação do ato convocatório a abertura da sessão do pregão, descumprindo, assim, o que estabelece o art. 4º, V, da Lei nº 10.520/021.

Isso porque, consoante se verifica às fls. 166 e 167 do Processo nº 912077, o edital foi publicado no sábado, dia 11/01/14, e a sessão do pregão foi marcada para o dia 22/01/14, quando o correto seria a sua designação para o dia 23/01/14 ou em data posterior.

**É que, tendo a publicação ocorrido no sábado, deveria a Administração ter considerado como data da divulgação o primeiro dia útil seguinte, ou seja, a segunda-feira, dia 13/01/14, e dessa forma, a contagem do prazo mínimo de 8 (oito) dias úteis deveria ter se iniciado na terça-feira (14/01/14), findando-se em 23/01/14. (g.n.)**

[...]

25. Tem-se como findo o prazo para apresentação de impugnação, portanto, em 29.06.2020, segunda-feira. Deste modo, apresentada impugnação pela Tom Comunicação Ltda. na data de 26.06.2020, mostra-se perfeitamente tempestiva.

### III – DO MÉRITO

#### **Da licitação: da legalidade e da vinculação ao instrumento convocatório**

26. O artigo 37 da Constituição Federal de 1988, além de versar acerca dos princípios que regem a administração pública direta e indireta dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, apresenta, outrossim, em seu inciso XXI, a obrigatoriedade de realização de processo de licitação pública para execução de obras, serviços, compras e alienações.

27. A licitação consiste em processo administrativo por meio do qual deve-se assegurar a igualdade de condições aos participantes, e tem por fim buscar as propostas mais vantajosas à Administração Pública. Em consonância com o artigo 3º da Lei 8.666 de 1993,

a licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade,



da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

28. No que tange ao presente caso, importa-nos destacar os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e da legalidade.

29. O princípio da vinculação ao instrumento convocatório diz respeito à **obrigação dos licitantes em cumprir os requisitos exatos, especificados no edital**. Para Carvalho Filho (2018, p. 319), **a vinculação ao instrumento convocatório é garantia do administrador e dos administrados**, uma vez que as regras traçadas para o procedimento devem ser fielmente observadas por todos, sendo certo que, **se a regra fixada não é respeitada, todo o procedimento se torna inválido e suscetível de correção por via administrativa ou judicial**. Evita-se, a partir deste princípio, que qualquer brecha provoque a violação da moralidade administrativa, da impessoalidade e da probidade administrativa.

30. Neste sentido, mister destacar o teor do artigo 41 da referida lei, o qual prevê que *a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada*. Acrescenta o §1º do referido artigo que qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o edital de licitação, quanto a irregularidades na aplicação da lei 8.666/1993, desde que protocole o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação. Veja-se:

[...]

§ 1º Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113.

[...]

31. Ocorre, porém, que quanto aos licitantes, o §2º prescreve que, na concorrência pública, caso **aqueles não apresentem impugnação até o segundo dia útil que anteceda a abertura dos envelopes de habilitação, decairão do direito de impugnar os termos do edital, quanto às falhas ou irregularidades naquele presente**, conforme segue:



[...]

§ 2º Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação em concorrência, a abertura dos envelopes com as propostas em convite, tomada de preços ou concurso, ou a realização de leilão, as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso. (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994)

[...]

32. Neste sentido, tem-se o item 2.4.1 do edital em comento. Veja-se:

[...]

2.4.1 qualquer cidadão poderá impugnar o presente edital, até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das propostas de técnica e de preços, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, §1º, da Lei nº 8.666/1993. **Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das propostas de técnica e de preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem 2.4.2.**

[...]

33. Deste modo, ao submeter-se ao edital licitatório, tanto a Administração Pública, quanto os licitantes encontram-se estritamente vinculados às cláusulas naquele inscritas. Sendo assim, nos termos da cláusula 2.12 do Edital<sup>3</sup>, **ao credenciar-se e submeter proposta ao edital de licitação, o licitante aceita de forma plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes do mesmo.**

34. Nesse âmbito, cumpre colacionar excerto da obra de Marçal Justen Filho:

[...]

---

<sup>3</sup> 2.12 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para o licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado, previsto no subitem 4.7 deste edital, e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e 8 regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.



*Isso permite afirmar que **o sujeito que participa de uma licitação, submetendo-se a todas as exigências contempladas no ato convocatório, atua tal como se não tivesse ressalva ou divergência em vista das cláusulas editalícias.***

*Ou seja, a questão não reside na pura e simples omissão de impugnar as condições do edital, mas na participação no certame, sem ressalvas. Somam-se duas condutas distintas: ausência de impugnação (atuação omissiva) e participação no certame (atuação ativa), **permitindo-se extrair-se a inferência de que o sujeito manifestara sua concordância com as condições estabelecidas e a renúncia a discordâncias.***

[...] (g.n.)

35. No que tange ao princípio da legalidade, Bandeira de Mello (2015) o define como *fruto da submissão do Estado à lei*. E acrescenta ser, em suma, *a consagração da ideia de que a Administração Pública só pode ser exercida na conformidade da lei e que, de conseguinte, a atividade administrativa é atividade sublegal, infralegal, consistente na expedição de comandos complementares à lei*.

36. Para Meirelles (2016),

*a legalidade, como princípio de administração (CF, art. 37, caput), significa que o administrador público está, em toda a sua atividade funcional, sujeito aos mandamentos da lei e às exigências do bem comum, e deles não se pode afastar ou desviar, sob pena de praticar ato inválido e expor-se a responsabilidade disciplinar, civil e criminal, conforme o caso.*

37. Tem-se, portanto, que os princípios da legalidade e da vinculação ao instrumento convocatório devem ser estritamente observados, cabendo às partes atentar-se aos prazos legais e editalícios aplicáveis ao caso em questão.

#### **Da Proposta Comercial: Termos Editalícios**

38. A irresignação da Recorrente reside na discrepância entre os descontos praticados pela Recorrida e aqueles apresentados pelos demais licitantes, conforme segue:



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
SECRETARIA-GERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Licitante	P1	Fórmula	P2	Fórmula	P3	Fórmula	P4	Fórmula	P5	Fórmula	Total
TOM COMUNICAÇÃO	75,00	30,00	1,00	30,00	1	30,00	1	5,00	1	5,00	100,00
DEZOITO COMUNICAÇÃO	65,00	26,00	8,00	3,75	8	3,75	5	1,00	10	0,50	35,00
NEW PUBLICIDADE	75,00	30,00	5,00	6,00	10	3,00	3	1,67	10	0,50	41,17
INOVATE COMUNICAÇÃO	75,00	30,00	5,00	6,00	8	3,75	5	1,00	5	1,00	41,75
CASABLANCA COMUNICAÇÃO	75,00	30,00	5,00	6,00	10	3,00	5	1,00	5	1,00	41,00
CONSÓRCIO INTELLIGENTSIA & ATTITUDE	75,00	30,00	5,00	6,00	5	6,00	3	1,67	5	1,00	44,67
PC COMUNICAÇÃO	75,00	30,00	10,00	3,00	15	2,00	5	1,00	15	0,33	36,33
FAZENDA COMUNICAÇÃO	75,00	30,00	10,00	3,00	15	2,00	5	1,00	15	0,33	36,33

39. Nota-se que as diferenças apontadas estão presentes nos itens P2<sup>4</sup>, P3<sup>5</sup>, P4<sup>6</sup> e P5<sup>7</sup>, sendo certo, porém, que os descontos apresentados pela Tom Comunicação Ltda. não ferem os limites elencados no item 5 do Edital de Concorrência nº 01/2019, conforme segue:

4 Referente ao subquesto 5.1.2, que dispõe:

5.1.2 Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

5 Referente ao subquesto 5.1.3, que dispõe:

5.1.3 Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

6 Referente ao subquesto 5.1.4, que dispõe:

5.1.4 Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

7 Referente ao subquesto 5.1.5, que dispõe:

5.1.5 Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por fornecedores.



## 5. PROPOSTA COMERCIAL

5.1 A Proposta Comercial – invólucro 4, em caderno único, deve estar vinculada ao objeto que pretende adjudicar, sendo que os quesitos a serem valorados são os descritos abaixo, observando-se os liames legais e valores de mercado, os quais se adequam às necessidades da manutenção e qualidade de comunicação da SECRETARIA-GERAL, conjugando com a necessária exequibilidade do contrato a ser firmado, em respeito à devida execução dos serviços e considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública, ressaltando para tanto que não será aceito:

5.1.1 Desconto superior a 75% (setenta e cinco por cento) incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da apresentação da Proposta Comercial, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

5.1.2 **Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento)** referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

5.1.3 **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

5.1.4 **Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento)** incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

5.1.5 **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por fornecedores.

[...] (g.n.)

40. Deste modo, caso considerasse que os descontos previstos em edital de fato resultassem em valores irrisórios e/ou impraticáveis no mercado, deveria o Recorrente ter se manifestado em



momento oportuno, conforme prescreve o parágrafo 2º do art. 41 da Lei 8.666/1993, sendo certo que aquele não o fez.

41. Lembra-se, neste momento que, quando do julgamento das propostas, a Comissão Julgadora se baseia em critérios objetivos, expressamente previstos no edital. Neste sentido, manifesta-se Carvalho Filho (2018):

[...]

O princípio do julgamento objetivo é corolário do princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Consiste em que os critérios e fatores seletivos previstos no edital devem ser adotados inafastavelmente para o julgamento, evitando-se, assim, qualquer surpresa para os participantes da competição. Nesse sentido, é incontestável o art. 45 do Estatuto.

Quis o legislador, na instituição do princípio, descartar subjetivismos e personalismos. E isso não apenas no julgamento final, mas também em todas as fases onde exista espécie de julgamento, de escolha, de modo que os atos da Administração jamais possam ser ditados por gosto pessoal ou favorecimento.

[...]

42. Busca-se, desta forma, assegurar a imparcialidade no julgamento das propostas e, por consequência, a observação do princípio da igualdade entre os licitantes.

43. Na oportunidade, destaca-se trecho da obra de Bandeira de Mello (2015), pertinente ao caso, que assim dispõe:

Para serem apreciadas, as propostas necessitam ser *sérias, firmes e concretas*, como acentua Marcello Caetano. A estes caracteres Adilson Abreu Dallari acrescenta, com razão, um quarto requisito, a saber: *ajustadas às condições do edital*. Conviria aduzir, ainda: e à lei, pois o edital poderá omitir alguma condição legalmente exigida para a regularidade das propostas.

Proposta *ajustada às condições do edital* e da lei, como intuitivamente se percebe, é a que se contém no interior das possibilidades de oferta neles permitidas.

Proposta *séria* é aquela feita não só com o intuito, mas também com a possibilidade de ser mantida e cumprida.



As propostas *inexequíveis* não são *sérias*, ou, então, são ilegais, porque terão sido efetuadas com propósito de *dumping*, configurando comportamento censurável, a teor do art. 173, § 4, da Constituição, segundo o qual: "A lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros".

### Da inexequibilidade de preços

44. Entendemos importante as considerações que apresentaremos a seguir. Nos termos, da Lei 8.666/93:

Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

(...)

§ 3º Não se admitirá proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração. [\(Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994\)](#)

Art. 45. **O julgamento das propostas será objetivo**, devendo a Comissão de licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo **em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle.**

"Art. 48. Serão desclassificadas:

I - as propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação;

**II - propostas com valor global superior ao limite estabelecido ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que**



**não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato, condições estas necessariamente especificadas no ato convocatório da licitação. " (g.n)**

45. Tem-se, portanto, que a Lei 8.666/93 prevê, expressamente, que deve o instrumento convocatório estabelecer de forma objetiva os critérios para julgamento e classificação das propostas das propostas. A lei, contudo, também estabelece que não será admitida proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, devendo ser desclassificadas as propostas que apresentem preços manifestamente inexequíveis.

46. Sobre a questão de preços irrisórios e inexequibilidade da proposta, cite-se a lição de Marçal Justen Filho<sup>8</sup>:

**"A desclassificação da proposta por irrisoriedade de preços depende da evidenciação da inviabilidade da sua execução, tendo em vista a compatibilidade entre os custos reconhecidos pelo licitante e aqueles praticados no mercado."**

"O tema comporta uma ressalva prévia sobre a possibilidade de eliminação de propostas vantajosas para o interesse sob tutela do Estado. **A desclassificação por inexequibilidade apenas pode ser admitida como exceção, em hipóteses muito restritas.** O núcleo da concepção ora adotada reside na impossibilidade de o Estado transformar-se em fiscal da lucratividade privada e na plena admissibilidade de propostas deficitárias."  
(g.n)

47. Nesse sentido, cite-se jurisprudência do STJ:

"Se a licitante vitoriosa cumpriu integralmente o contrato objeto da licitação, afasta-se logicamente a imputação de que sua proposta era inexequível."(RMS nº 11.044/RJ, 1ª T. Rel. Min. Humberto Gomes de Barros, DJ 04/06/2001.)

---

<sup>8</sup> Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. 15ª Ed.p. 754 e ss.



48. Não há na Lei 8.666/93<sup>9</sup> ou na Lei 12.232/10 ou mesmo no instrumento convocatório critérios objetivos para a avaliação da inexequibilidade ou da irrisoriedade dos preços apresentados pelos licitantes.

49. O edital traz, conforme item 5, limites máximos para a proposta de preços. Vejamos:

## **5. PROPOSTA COMERCIAL**

5.1 A Proposta Comercial – invólucro 4, em caderno único, deve estar vinculada ao objeto que pretende adjudicar, sendo que os quesitos a serem valorados são os descritos abaixo, observando-se os liames legais e valores de mercado, os quais se adequam às necessidades da manutenção e qualidade de comunicação da SECRETARIA-GERAL, conjugando com a necessária exequibilidade do contrato a ser firmado, em respeito à devida execução dos serviços e considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública, ressaltando para tanto que **não será aceito:**

5.1.1 **Desconto superior a 75% (setenta e cinco por cento)** incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da apresentação da Proposta Comercial, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

5.1.2 **Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento)** referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

5.1.3 **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores.

5.1.4 **Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento)** incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

---

<sup>9</sup> Os §§ 1º e 2º do art. 48 da Lei 8.666/93 trazem critérios aplicáveis às licitações de menor preço para obras e serviços de engenharia. Sabe-se que tais critérios podem ser incluídos em editais cujo objeto seja distinto, mas o Edital Concorrência Pública nº 01/2019 não os adotou.



5.1.5 **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)**

incidente sobre os custos de serviços especializados realizados por fornecedores.

[...] (g.n.)

50. Nesse ponto, lembramos que há que se atentar para as especificidades inerentes à contratação de serviço de publicidade, especialmente no que respeita à forma de remuneração do serviço e critérios que compõem o preço.

51. Assim, por entender pertinente, cite-se as ponderações apresentadas em trecho da obra *Direito da Publicidade*<sup>10</sup>, em que se avaliou situação em que a licitante vencedora apresentou uma proposta cobrando zero de honorários, de forma que sua única remuneração seria o *desconto padrão*. Vejamos:

"Embora a tese do MP possa soar plausível a olhos acostumados às diversas tentativas de burlar o sistema de licitações, **a remuneração exclusiva pela comissão sobre veiculação na mídia é uma prática comum na publicidade, e encontra amparo nas leis que regem essa atividade econômica.** Ademais, alguns dos principais contratos de publicidade do país, como o dos Correios e o da Petrobras, admitem a fixação de honorários no patamar mínimo.

**Todavia, o simples fato de tratar-se de uma conduta típica do mercado não é suficiente para afastar a argumentação do MP, na medida em que talvez essa prática seja incompatível com os princípios constitucionais que regem a administração pública. Portanto, a avaliação da licitude dos honorários zero depende de uma análise mais cuidadosa da questão.** Nesse sentido, **o ponto fulcral a ser avaliado é o da exequibilidade da proposta**, pois o art. 48 da Lei nº 8666/93 determina a desclassificação das propostas com valor global superior ao limite estabelecido ou com preços manifestamente inexequíveis. Em função desse dispositivo, o edital da referida licitação estabeleceu limites máximos à remuneração, fixando em 15% o teto dos honorários de produção que não proporcionassem desconto de agência, e em 10% o teto dos honorários incidentes sobre custos de outros serviços realizados por terceiros<sup>[2]</sup>.

Quanto aos gastos que proporcionassem o desconto de agência, que não são pagos diretamente pelo *anunciante*, não havia previsão de incidência de honorários. Nesse caso, inclusive o edital estabeleceu a possibilidade de a agência repassar ao cliente uma parte dos honorários recebidos dos

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.arcos.org.br/livros/direito-da-publicidade/capitulo-ii-questoes-atuais/6-zero-de-honorarios-#topo>>. Acesso em 29 de junho de 2020.



veículos, fixando em 5% do investimento em mídia o valor máximo desse repasse.

**O edital não estabeleceu limites mínimos de honorários a serem pagos pelo próprio anunciante, o que é plenamente justificado porque seu objetivo era o de escolher a mais barata das propostas tecnicamente viáveis. Portanto, não existe qualquer restrição expressa o ato da comissão de licitação que considerou lícito fixar em zero os referidos honorários.**

Não obstante, o MP impugnou o referido resultado, argumentando que a fixação dos honorários em zero torna inexecutível a proposta, o que deveria acarretar a sua desclassificação, nos termos do referido art. 48 da Lei nº 8.666/93. **Porém, é preciso atentar para o fato de que esse próprio artigo determina que as propostas somente estão submetidas ao julgamento de exequibilidade quando o edital de licitação explicitamente exige a apresentação de documentos que comprovem que (1) os insumos foram orçados em uma base compatível com os preços praticados no mercado e de que (2) os índices de produtividade são compatíveis com o objeto do contrato[3].**

**Apesar de essa ser uma disposição aplicável às licitações em geral, esses critérios são claramente incompatíveis com os contratos de publicidade. Isso ocorre porque, apesar do caráter genérico da Lei nº 8.666/93, ela foi elaborada tendo em vista especialmente licitações para obras e serviços cujo valor depende do preço dos insumos ou que envolvem atividades com índices mensuráveis de produtividade. Porém, dadas as peculiaridades do serviço de publicidade, em que o preço é definido apenas em termo de percentuais sobre os valores globais a serem despendidos, tais critérios se tornam inaplicáveis, o que inviabiliza uma análise objetiva de sua exequibilidade, com base no art. 48 da Lei. Nº 8666/93.**

**Contudo, poderíamos admitir que os princípios constitucionais da administração pública exigem a desclassificação de propostas manifestamente inexecutíveis, na medida em que é preciso estabelecer contratos economicamente viáveis, sob pena de eles não serem realizados ou de acobertarem práticas anti-concorrenciais.** Nessa medida, parece correta a percepção do MP de que não devem ser aceitas propostas que envolvam trabalho gratuito, ainda mais que o art. 44, § 3º, da Lei de Licitações proíbe as propostas de *valor zero*.

**Mas é preciso ter em mente que esse dispositivo legal só veda o *valor zero* em duas situações específicas. A primeira é o oferecimento de propostas cujo montante é calculado a partir de valores de insumos e**



salários incompatíveis com os praticados no mercado, disposição essa que é inaplicável ao caso porque, tratando-se de empreitada por preço global, a remuneração não é definida a partir do valor atribuído a tais elementos.

Além disso, o referido artigo também inadmite a apresentação de proposta que apresente *preço global de valor zero*, simbólico ou irrisório. Por mais que essa estipulação pareça subsidiar a argumentação do MP, é preciso ter em mente que a peculiar situação dos serviços de publicidade faz com que a parte da remuneração das agências não seja paga diretamente pelos anunciantes, mas indiretamente pelos veículos, na forma de desconto de agência.

Se essa parcela fosse pequena, o argumento do MP ganharia consistência, na medida em que abrir mão dos honorários sobre produção e serviços de terceiros inviabilizaria uma adequada remuneração do serviço, tornando inexecutável a proposta. Porém, não é isso o que ocorre, na medida em que aqueles que têm a mínima familiaridade com o setor sabem que, na prática, empregam-se 80% dos recursos contratuais em veiculação de mídia. Portanto, ao abrir mão dos honorários pagos pelo anunciante, o concorrente renuncia apenas a honorários incidentes sobre cerca de 1/5 do valor do contrato, o que é plenamente compatível com a sua execução, dado que a remuneração final corresponderia a aproximadamente 16% do valor total.

Dessa maneira, não existe o oferecimento de trabalho gratuito a ser remunerado de formas escusas, mas um planejamento global, plenamente compatível com o regime de empreitada, em que os custos de criação e produção são pagos a partir do desconto de agência, que “o abatimento concedido, com exclusividade, pelo Veículo de Comunicação à Agência de Publicidade, a título de remuneração, pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o Anunciante”.

No setor publicitário, a remuneração por excelência é o desconto de agência, sendo as comissões por produção e terceirização uma complementação possível, mas desnecessária. Tanto é assim que as Normas-Padrão consideram essas formas de remuneração como acessórias ou alternativas, ao determinar expressamente que “como alternativa à remuneração através do “desconto padrão de agência”, é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante “fees” ou “honorários de valor fixo”, a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência”. Assim, ao fazer uma proposta que oferece honorário zero para o Anunciante, uma agência de publicidade não está



**se dispondo a trabalhar gratuitamente, mas apenas limitando sua remuneração a uma parte do desconto padrão de agência.**

Por fim, convém reconhecer que seria ilícito às agências vinculadas à ABAP conceder esses descontos a entidades privadas, pois isso violaria as Normas-Padrão de 1998. **Porém, o item 3.11 das NPAP cria uma situação especial para a contratação com o Setor Público, que possibilita expressamente a exclusão da cobrança de honorários sobre os serviços internos.** Além disso, esse item permite a negociação acerca dos honorários devidos por serviços externos que não dão direito a desconto padrão, fixados em 15% para os contratantes privados. Embora só haja uma permissão expressa de exclusão para os serviços que envolvam veiculação em mídia, não são impostos limites à possibilidade de *negociação*, o que implica permitir que eles sejam fixados em zero, sem que haja uma violação às NPAP.

**Concluimos, então, que é lícito o oferecimento de propostas de serviço de publicidade em que a agência renuncia a qualquer remuneração a título de honorários referentes à produção ou a serviços prestados por terceiros. Essa conduta é plenamente compatível com o interesse público em uma licitação de tipo “técnica e preço”, pois possibilita a contratação de um serviço pelo menor valor possível, sem que isso implique comprometimento da qualidade.**

A estipulação do preço é deixada a critério da agência, a quem cabe calcular se o desconto padrão de agência é suficiente para remunerar todos os gastos envolvidos na prestação do serviço. E como esse desconto é tipicamente de 20% sobre a quantia despendida, a remuneração resultaria em algo em torno de 16% do valor do contrato, taxa essa que, longe de tornar inexecutível a proposta, afigura-se como uma contraprestação razoável pelos serviços de criação, produção e veiculação envolvidos na publicidade." (g.n)

52. A propósito, confira-se, ainda, o disposto nas Normas-Padrão Da Atividade Publicitária:

" Do Relacionamento Comercial Entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, Frente à Lei nº 4.680/65 e aos Decretos nº 57.690/66 E 4.563/02.

(...)

3.6 Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços



internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

**3.6.1 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.**

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).

(...)

3.11. Nas **contratações com o setor público**, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2 O disposto neste item aplica-se à:

- a. reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;
- b. negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;
- c. **negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;**
- d. negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.



3.12 A possibilidade de eliminação/exclusão/supressão de custo e honorários de que tratam as letras “b” e “c” do subitem 3.11.2 **é vedada nos casos em que, comprovadamente, seja comprometida a execução do contrato de prestação de serviços, ferindo o que dispõe o parágrafo 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.**

53. Observa-se, portanto, nos termos da Normas-Padrão Da Atividade Publicitária, que apesar de se falar na possibilidade de negociação e até de supressão dos honorários quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação, esta prática é vedada nos casos em que, comprovadamente, seja comprometida a execução do contrato de prestação de serviços, ferindo o que dispõe o parágrafo 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

54. Desse modo, diante das ponderações apresentadas pela agência TOM COMUNICAÇÃO LTDA., entendemos os valores apresentados são exequíveis ao serviço de publicidade, após exercer minucioso juízo acerca da contrarrazão apresentada.

#### IV – CONCLUSÃO

55. Considerando o exposto, diante das ponderações apresentadas, esta Comissão Especial de Licitação, no uso de suas atribuições legais conferidas pela Resolução SECGERAL nº 7, de 13 de setembro de 2019, consoante as justificativas e argumentações aqui descritas, torna pública a decisão sobre o recurso impetrado pela agência NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. e contrarrazão apresentada pela agência TOM COMUNICAÇÃO LTDA., no certame em referência para, preliminarmente, conhecê-los por tempestivos. **No mérito, negar-lhe provimento ao recurso impetrado pela empresa NEW PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTERGRADA LTDA, em face da improcedência das alegações apresentadas.** Os documentos completos se encontram disponíveis no endereço eletrônico: <http://www.governo.mg.gov.br/Download>

Belo Horizonte, 29 de junho de 2020.

---

Juliano Fisicaro Borges

---

Carlos Magno de Sales Barbosa

---

Cláudio Márcio Guisoli

---

Mônica Secundino da Silva Augusto

---

Simone Ribeiro Pereira Soares



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
SECRETARIA-GERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

---