



**PODER LEGISLATIVO  
CASTANHAL / PARÁ**

## **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO - CPL**

### **ANÁLISE E JULGAMENTO DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE LICITAÇÃO DA TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2017-CMC**

**OBJETO:** Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de publicidade.

**IMPUGNANTE:** SINAPRO-PA – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará.

**EMENTA:** Análise da Impugnação ao Edital feita pelo SINAPRO-PA.

Trata-se da análise da impugnação ao Edital da Tomada de Preços N.º 01/2017-CMC, que tem por objeto a contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de publicidade, formulada pelo SINAPRO-PA – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará. As razões da impugnação integram esta análise e julgamento para todos os fins e feitos de direito.

O SINAPRO-PA protocolou o Pedido de Impugnação, no dia 06/07/2017, invocando o art. 41, § 1º, da Lei 8.666/93.

Sendo assim, segue-se com a análise das razões da impugnação formulada pelo SINAPRO-PA:

As ponderações verificadas na impugnação quanto á pontuação – “...ao definir as pontuações a serem atribuídas às licitantes para os subitens 2 e 3 (dos itens 14.1 do Edital e 10.1 do Anexo I), consta que a maior pontuação será concedida à licitante que não der nenhum desconto nos honorários...” – A CPL entende que há um equívoco na interpretação dos subitens em questão.

Analisemos os subitens em questão:

#### **14. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS (EDITAL)**

14.1 A avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será



**PODER LEGISLATIVO  
CASTANHAL / PARÁ**

efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS – PERCENTUAL
01	Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante. Percentual mínimo 30 % Percentual máximo 50 %	50 pontos – 50% (maior ou igual) 40 pontos – 45% 30 pontos – 40% 20 pontos – 35% 0 pontos – 30% (menor ou igual)
02	Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Percentual mínimo 13,33 % Percentual máximo 15 %	30 pontos – 15% (maior ou igual) 25 pontos – 14,5% 20 pontos – 14% 15 pontos – 13,5% 0 pontos – 13,33% (menor ou igual)
03	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Percentual mínimo 8,33 % Percentual máximo 10 %	20 pontos – 10% (maior ou igual) 15 pontos – 9,5% 10 pontos – 9% 5 pontos – 8,5% 0 pontos – 8,33% (menor ou igual)

**10. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS (Anexo I do Edital)**

10.1 A avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:



**PODER LEGISLATIVO  
CASTANHAL / PARÁ**

ITEM	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS – PERCENTUAL
01	Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante. Percentual mínimo 30 % Percentual máximo 50 %	50 pontos – 50% (maior ou igual) 40 pontos – 45% 30 pontos – 40% 20 pontos – 35% 0 pontos – 30% (menor ou igual)
02	Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Percentual mínimo 13,33 % Percentual máximo 15 %	30 pontos – 15% (maior ou igual) 25 pontos – 14,5% 20 pontos – 14% 15 pontos – 13,5% 0 pontos – 13,33% (menor ou igual)
03	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Percentual mínimo 8,33 % Percentual máximo 10 %	20 pontos – 10% (maior ou igual) 15 pontos – 9,5% 10 pontos – 9% 5 pontos – 8,5% 0 pontos – 8,33% (menor ou igual)

Como podemos observar, afirmar na impugnação que a maior pontuação será concedida à licitante que não der nenhum desconto nos honorários, de acordo com o expresso nos quadros acima, é totalmente o contrário, ou seja, quem der o maior percentual, de acordo com as ponderações de cada item, receberá a maior pontuação, e quem oferecer proposta menor ou igual ao percentual mínimo de cada item receberá pontuação o (zero).

### CONCLUSÃO

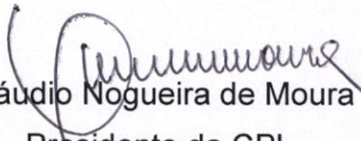
No entendimento desta Comissão Permanente de Licitação - CPL, tendo em vista os fundamentos expostos acima, ficam mantidas na íntegra todas as cláusulas editalícias.



**PODER LEGISLATIVO  
CASTANHAL / PARÁ**

Assim, conhecemos a impugnação, por tempestiva, para, no mérito, negar-lhe provimento conforme acima apresentado.

Castanhal, 11 de julho de 2017.

  
Cláudio Nogueira de Moura  
Presidente da CPL

Portaria n.º 127/2017, de 30/06/2017