

Porto Alegre, 30 de novembro de 2023.

À

AGÊNCIA EURO

Em atendimento à solicitação de esclarecimento acerca da elaboração de proposta de preço, informamos:

O CENP e a legislação relativa às licitações públicas vedam a prática de preços inexequíveis ou anticoncorrenciais.

As normas legais, inclusive as estabelecidas pela Lei 8.666, bem como pelo Decreto n. 57.690/66, com as alterações trazidas pelo Decreto n. 4.563/02 e a Lei 4.680/66 (Leis que regulam a atividade publicitária), e as normas convencionais CENP, impõem limitações para garantir a exequibilidade dos contratos.

Art. 44, inciso 3º da lei 8.666/93:

“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”.

Igualmente o art. 48 estabelece, dentre as hipóteses de desclassificação das propostas apresentadas, a de preços manifestamente inexequíveis:

“II – proposta 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.

Para elucidar e enfatizar a necessidade de os honorários serem exequíveis transcreve-se parte do parecer do Ministério Público do Distrito Federal, [Recomendação s/nº/2008 - PRODEP/PGJ onde o MPDF](#) recomenda ao Secretário da AGECOM que não homologue o resultado da licitação do tipo concorrência nº 01/2007-CEL/AGECOM desclassificando as agências que apresentaram propostas de 0% de honorários por serem tais proposta inexequíveis.

Tudo conspira para que o custo zero seja de um simbolismo postiço, pois as agências não trabalham de graça, nem poderiam fazê-lo se não são entidades filantrópicas, e muito provavelmente buscarão outros meios de compensação. Existe algo de capcioso nesse pretense custo zero, incompatível com os preços praticados no mercado. Recomendamos que as propostas devem ser tidas como inexequíveis, e desclassificadas, nos termos do art. 44 § 3º e 48 § 1º da Lei de Licitações.

O TJRS já reconheceu que remuneração das agências de publicidade deve atender ao que preveem as Normas CENP, conforme julgado que se transcreve:

LICITAÇÃO. AGÊNCIAS DE PROPAGANDA. REMUNERAÇÃO. ART. 7º DO DECRETO Nº 57.690/66, E ITENS 3.4 A 3.6, 3.10 E 3.11, DAS NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA, EDITADAS PELO CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO. SESC E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. SEGURANÇA JURÍDICA. ISONOMIA.

A remuneração das agências de propaganda consta regrada em o art. 7º do Decreto nº 57.690/66, e itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, devendo ser observada nos procedimentos licitatórios, inclusive naqueles promovidos por entidades integrantes do denominado “Sistema S”.

Mesmo não se afigurando correto enquadrar o SESC como integrante da Administração Pública e, por isso, chancelada a aplicação do trato excepcionante previsto no item 3.11, inclusive no que diz com a reversão do desconto de agência, intuitivo respeito aos princípios da isonomia e segurança jurídica leva a que se assegure a todos os licitantes submissão à interpretação adotada pela licitante e por todos não apenas aceita, mas, notadamente, aplicada, sob pena de se ter de reconhecer a invalidade de todas as propostas e não apenas a um dos competidores.

CONDUTA CONTRADITÓRIA. MÁ-FÉ. EXCLUSÃO.

Embora infira-se dos autos que a autora veicula tese em juízo contrária ao seu comportamento em certames que disputou, nem por isso se pode extrair má-fé, uma vez não configurada supressão ou adulteração de informações necessárias ao julgamento da causa, na ótica da parte acionante, a par de não se pode rotular como carente a causa de pedir de razoabilidade. (APELAÇÃO CÍVEL – 21ª CÂMARA CÍVEL - Nº 70039126586 – julgado em 09 de maio de 2012, relator DES. GENARO JOSÉ BARONI BORGES)

Uma agência disposta a praticar 100% de desconto para obter a maior pontuação caracteriza prática desleal, fere as Normas Padrão de Atividade Publicitária e pode culminar na cassação do certificado de qualificação técnica - CENP, além do que pode configurar a **inexequibilidade da proposta**.

A consequência dessas previsões ínfimas de remuneração, como já citado acima, é a impossibilidade de se executar o contrato, em curto prazo a agência terá prejuízo e não conseguir concluir o contrato, prejudicando o ente contratante.

Atenciosamente,

Ana Moreira
Gestora executiva do Sinapro/RS



Juliana Rocha Schiaffino
OAB/RS 43.139

Assessora Jurídica