



EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
CEL-PRT/418/2023
SBN, Quadra 1, Bloco A, - Bairro Asa Norte, Brasília/DF, CEP 70002-900
Telefone: - <http://www.correios.com.br>

CARTA Nº 47329346/2024 - CEL-PUBLICIDADE

Brasília/DF, 27 de fevereiro de 2024.

Senhor Licitante,

Assunto: Resposta a questionamento
Referência: EDITAL LICITAÇÃO CORREIOS Nº 001/2023

Senhor,

Apresentamos abaixo questionamento encaminhado à Comissão Especial de Licitação - CEL PRT/PRESI - 418/2023 acerca do **EDITAL DE LICITAÇÃO CORREIOS Nº 001/2023**, cujo objeto trata da "contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda", acompanhado de sua respectiva resposta:

QUESTIONAMENTO:

FUNDAMENTAÇÃO

Ao edital de licitação referente à concorrência em epígrafe, com fundamento no item 5.2. do edital licitatório e art. 87, §1º, da Lei 13.303/2016, pelos motivos a seguir deduzidos.

TEMPESTIVIDADE

Dispõe o edital que as manifestações e impugnações ao edital deverão ser apresentadas no prazo de até 5 (cinco) dias úteis antes da data da abertura da sessão pública para apresentação das propostas técnica e de preço.

Portanto, a manifestação formulada nesta data, atende o prazo estabelecido no edital, para oferecimento de impugnação.

MANIFESTAÇÃO

O edital da Licitação Correios estabelece uma única forma de renumeração de formas inovadoras de comunicação:

“..Honorários de até 5% incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da LICITANTE, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº

4.680/1965”.

Ocorre que o patamar de honorários definido no edital da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) contraria, frontalmente, a classificação dos serviços e o percentual de remuneração estabelecidos pela SECOM/MCOM no Edital da Concorrência 01/2021 (de que se originaram os atuais contratos), no qual constaram os dispositivos a seguir, destinados a caracterizar os dois tipos de serviços especializados (destaques do original):

14.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 do Modelo de Proposta de Preços, que constitui o Anexo III deste Edital, ressalvado que, nos termos do §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

(...)

III. Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

IV. Percentual de honorários superior a 1,5% (um e meio por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

Disposições com os mesmos percentuais de honorários figuraram no Edital da Concorrência nº 84/2021 do Ministério da Saúde. Em 2023, o Edital da Licitação nº 2023/04275 (8558) do Banco do Brasil também prevê o pagamento de 15%. E o Banco do Nordeste do Brasil pagará 13%.

Importante consignar a competência da SECOM-PR para coordenação, normatização, supervisão e controle da publicidade e dos patrocínios dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e das sociedades sob o controle da União. Ademais, a Nova Lei Geral de Licitações (Lei nº 14.133/21), de aplicação subsidiária para licitações em geral, preconiza no inc. I, do art. 32, a “padronização do objeto da contratação, dos instrumentos convocatórios e das minutas de contratos, de acordo com normas internas específicas”.

Mas não é só! A definição de honorários de 5% é atentatória à própria exequibilidade do contrato e, portanto, ao objetivo da licitação.

Como se sabe, um dos mais exitosos episódios em que atores do

mercado publicitário e a área de comunicação da Presidência da República dialogaram sobre normas de contratação de agências de propaganda, deu-se por ocasião da Audiência Pública nº 1/2020, lançada pela Secretaria de Governo da Presidência da República, órgão a que estava afeta a Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM).

Em síntese muito apertada, na ocasião, foi demonstrada à SECOM a necessidade de ações classificadas como “formas inovadoras de comunicação publicitária” serem remuneradas com os mesmos percentuais com que os veículos remuneram as agências (desconto-padrão de agência), tendo em vista que as plataformas que impulsionam essas ações se recusam a fazê-lo sob a alegação de que não são veículos de divulgação.

A SECOM moveu-se, então, para incrementar a remuneração sobre esses serviços. Em Estudo Técnico Preliminar (ETP) alusivo ao Edital da Concorrência 01/2021, que constitui paradigma para as contratações da espécie, a SECOM acrescenta informações atinentes ao enquadramento desses serviços e à justificativa para o aumento dos percentuais de honorários a serem pagos às contratadas:

Contudo, não obstante as plataformas digitais serem frequentemente contempladas no âmbito das estratégias de mídia de uma campanha, em face do seu potencial de audiência decorrente de sua atividade principal (redes sociais de relacionamento, mecanismos de busca e de pesquisa na internet, portais de compra e venda de mercadorias), elas não se reconhecem como veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Resolução 1/2019 do CENP, e, portanto, não praticam o desconto-padrão de agência, previsto no art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

Dessa forma, com vistas a aprimorar os dispositivos contratuais relativos à remuneração das agências de propaganda, além dos honorários já praticados nos contratos vigentes e anteriores, cabe o estabelecimento pela SECOM de mais dois honorários diferenciados pela execução de formas inovadoras, com base nas características distintas dos tipos de formas inovadoras e na complexidade dos serviços envolvidos a serem prestados pelas agências no decorrer da execução contratual, com vistas a remunerar devidamente as contratadas por serviços efetivamente prestados.

(...)

c) honorários pela utilização de formas inovadoras em plataformas digitais, cuja execução não proporcione o desconto de agência;

d) honorários pela criação/desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, não enquadradas na alínea 'c' acima disposta, cuja execução não proporcione o desconto de agência;

Conclui o ETP, que “caso a distribuição de conteúdos publicitários envolva um veículo de comunicação e divulgação aderente ao ambiente de autorregulação, a agência será remunerada por meio do desconto-padrão concedido pelo veículo e caso envolva uma

plataforma digital não aderente ao ambiente de autorregulação, a agência será remunerada pelos serviços complementares envolvidos por meio dos honorários dispostos na alínea 'c' (citado acima), os quais incidirão sobre o valor do investimento aplicado nas plataformas digitais, diferentemente dos honorários” que envolvem serviços externos prestados por fornecedores especializados, com a apresentação de 3 (três) orçamentos para aprovação do menor preço pelo Anunciante público.

Vê-se, portanto, que o patamar de honorários de 5% estabelecido no Edital dos Correios contraria não apenas as diretrizes da SECOM, como também o padrão adotado por outras estatais, como o Banco do Brasil - Edital da Licitação nº 2023/04275 (8558), que previu o pagamento de 15%. Além disso, evidencia-se prejuízo à própria exequibilidade do contrato e ao objetivo da licitação.

PEDIDO

Em face de todos os argumentos técnicos acima expostos, cumpre à Comissão Especial da Licitação Correios nº 001/2023, utilizar o poder-devedor de autotutela de que acha investida, para alterar o percentual expresso no subitem 14.2 (e nas disposições que lhe são correlatas) de 5% (cinco por cento) para 15% (quinze por cento). Assim, estará em linha ao que seguiu os últimos editais, que tem como premissa, investimentos relevantes na internet e redes sociais.

Em decorrência da relevância desta mudança, o prazo para apresentação das propostas deverá ser reaberto, nos termos do disposto no subitem 5.3 do Edital.

Resposta: Em avaliação ao questionamento apresentado, e após consultas realizadas aos Órgãos Competentes, informamos que haverá necessidade de melhoramento no EDITAL LICITAÇÃO CORREIOS Nº 0001/2023 - contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

Atenciosamente,

ROGERIO SIMIONATO BOTELHO

Presidente Comissão Especial de Licitação - PRT/PRESI - 418/2023



Documento assinado eletronicamente por **Rogério Simionato Botelho, Chefe de Departamento**, em 27/02/2024, às 17:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.correios.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **47329346** e o código CRC **B5449802**.