



**ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PREGOEIRO(A) DA EQUIPE
DE LICITAÇÕES E CONTRATOS DO CONSELHO DE
ARQUITETURA E URBANISMO DE SÃO PAULO – CAU/SP**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 00179.00000209/2023-27
Pregão Eletrônico Nº 8/2023**

**Objeto: Contratação de serviços de
veiculação de peças de divulgação de
campanha institucional, nos termos
da tabela abaixo, conforme condições
e exigências estabelecidas neste
instrumento e seus anexos.**

ALL SPACE PROPAGANDA E MARKETING LTDA. (doc. 01), com sede na Av. Anápolis, n.º 100, 19º andar, Conjunto 02, Edifício NBC, Bethaville, Barueri/SP – CEP: 06404-250, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 54.219.084/0001-88, neste ato por seu procurador legal, o Sr. Marcelo Freire (doc. 02), ao final subscrito, vêm, respeitosamente, perante esta D. Equipe, com fulcro no item 10, subitem 10.3, do Edital e no art. 164, da Lei Federal nº 14.133/21, **IMPUGNAR** o Edital pelos fundamentos de fato e de direito a seguir aduzidos:

1. Primeiramente insta destacar os esclarecimentos fornecidos pela Equipe de Licitações e Contratos do Conselho de Arquitetura e Urbanismo às licitantes na data de 29/11/2023 por meio do sistema compras.gov.br, que cumpria esclarecer pontos cruciais para elaboração das propostas das licitantes. Senão vejamos:



O 4º (quarto) questionamento efetuado por esta Impugnante, visava requerer informações para analisar sua participação no certame, cotar e/ou avaliar os equipamentos necessários para cumprir com as exigências editalícias, assim como prever os custos para eventuais subcontratações necessárias para atender ao propósito do certame.

Portanto a resposta ao 4º (quarto) questionamento, foi clara e não carece de outro questionamento por parte desta Impugnante, todavia, o esclarecimento ao item C desta pergunta, apesar de claro ao estabelecer diretrizes a serem seguidas pelas licitantes na execução do contrato, **apresenta novas condições a contratação, condições estas que afetam de forma inequívoca a elaboração das propostas a serem apresentadas.** Veja -se:

4 - Para elaboração das propostas é necessário que se identifiquem os locais em que as inserções devem ser executadas a fim de que se encontre equilíbrio entre os ativos disponíveis e os valores das inserções neles contratadas, desta forma perguntamos: a) em quais as cidades devem ocorrer as divulgações? b) a contratada que deverá distribuir ao seu critério as inserções contratadas no lote? C) a contratada deverá obrigatoriamente atender a um quantitativo mínimo de cidades?

1. São Paulo, Santos, ABC, Bauru, Sorocaba, Ribeirão Preto, Campinas, São José dos Campos, Presidente Prudente, São Jose do Rio Preto e Mogi das Cruzes.
2. os espaços devem ser próximos ao endereço dos escritórios regionais do conselho, que podem ser consultados no site e no link aqui: <https://causp.gov.br/atendimento/>
3. São Paulo deve concentrar no mínimo 40% e no máximo 50% dos espaços publicitários, as demais cidades devem ter no mínimo 3% espaços publicitários.

Ao distribuir os espaços publicitários, de forma percentual entre a capital e as demais cidades-sede, cria-se um novo condicionamento a contratação, o que deveria ser identificado no edital de forma clara e objetiva pelas empresas interessadas em participar do certame.

Ao que pese o próprio edital admitir a hipótese de subcontratação justamente sob a justificativa de que as diversas localidades podem ter distintos fornecedores locais que detenham os direitos de uso dos espaços publicitários a serem adquiridos para execução do objeto¹, vê-se como necessária à participação do certame, a inclusão dos custos dos espaços publicitários subcontratados em diferentes localidades, na elaboração da proposta pelas empresas interessadas em participar do certame.

¹ Subitem 4.2 do Anexo I – Termo de Referência do Edital de Pregão Eletrônico 008/2023.



Visto que a valoração dos espaços publicitários em diferentes localidades é notoriamente díspar; ao determinar a proporção de no mínimo 40% dos espaços na sede principal que por sua natureza, impactos, circulação de pessoas e a vigência da Lei Cidade Limpa na Capital tem seu valor de mercado valorizado, assim como o mínimo de 3% nas demais cidades, que detêm outras características que valorizam ou depreciem o mercado publicitário da região, as propostas a serem apresentadas no certame em epígrafe ficam evidentemente passíveis de reavaliação.

A Lei 14.133/21, em seu art. 55 §1º, dispõe que qualquer modificação no edital implica em nova divulgação:

“Eventuais modificações no edital implicarão nova divulgação na mesma forma de sua divulgação inicial, além do cumprimento dos mesmos prazos dos atos e procedimentos originais, exceto quando a alteração não comprometer a formulação das propostas.” (grifo nosso).

É indispensável que o documento editalício disponha tal exigência de percentual, devendo desta maneira ser corrigido.

Deve, no entanto, o referido instrumento convocatório para além de ser corrigido, SER REPUBLICADO, a teor do que dispõe o dispositivo legal acima citado, posto que a referida alteração da proporção dos espaços publicitários afeta a formulação das propostas.

Ora, às vésperas da abertura das propostas, alterou-se as condições de execução da contratação, o que afeta indubitavelmente a formulação da proposta.

Portanto, com supedâneo no mesmo fundamento legal, a republicação do Edital em mesmo prazo, entre a publicação e a sua reabertura, é medida que se impõe.

Isto posto, requer a Impugnante o acolhimento da presente Impugnação, e republicação do Edital de Pregão Eletrônico 08/2023, considerando que o instrumento convocatório se revela contrário a Lei nº 14.133/21, de modo a se evitar a nulidade do mesmo,



ou ainda eventual representação ao Tribunal de Contas e/ou ingresso da ação judicial cabível à espécie.

Nestes Termos,

Pede e Requer Deferimento.

De Barueri/SP, 29 de Novembro de 2.023.

ALL SPACE PROPAGANDA E MARKETING LTDA.