

## **À Procuradoria Geral**

**Assunto:** Processo 32.035/202 - Impugnação - TV SBT Canal 3 de Nova Friburgo Ltda.

Trata-se de impugnação apresentada pela Empresa **SBT – CANAL 3 DE NOVA FRIBURGO LTDA.** Em face do edital do pregão 231/2023, desta Secretaria que visa a contratação de empresa para a divulgação de propaganda oficial, nos termos descritos no Edital e seus anexos.

## **I – DAS PRELIMINARES**

As preliminares foram analisadas pelo Pregoeiro em fls. 11.

## **II – DO MÉRITO**

Quanto ao mérito, alega a Impugnante que a cláusula 22.2 seria desarrazoada e portando deveria ser excluída do certame. Essa alegação é baseada na suposição de que apenas uma empresa teria condições de atender a essa especificação, ferindo assim o princípio da concorrência do certame licitatório.

A empresa ainda alega saber qual o “player” que se sagraria vencedor no presente certame e ainda que a cláusula feriria o artigo 3º, II da Lei 10.520/2002, alegando que a forma como os itens foram descritos violaria a Lei do Pregão e a obtenção da melhor proposta.

Resumida as alegações da Impugnante passamos a análise dos pontos.

A princípio precisamos esclarecer que o objetivo dessa contratação é atender ao princípio da publicidade e além disso, promover as ações e eventos do Município de Nova Friburgo, não apenas localmente, mas sim, em toda a região.

A divulgação dos eventos municipais, por exemplo, é de suma importância para atrair turistas e nas propagandas oficiais é fazer com que as campanhas tenham o máximo alcance entre os públicos alvo.

Desta feita, é crucial para a melhor utilização do dinheiro público, que a empresa contratada, seja aquela que tenha o maior alcance nos Municípios da região, porque, se diferente for, de nada adiantará a divulgação em meios de comunicação com baixo alcance de audiência.

O que está estabelecido é que a empresa vencedora tenha um alcance mínimo de share de 40%. O que para a empresa parece uma restrição de competitividade, na verdade, é uma necessidade da Administração Pública.

Isto porque, um alcance abaixo dos 40%, seria completamente inócuo para a Administração e não alcançaria o fim pretendido por este certame, qual seja, o maior alcance das propagandas oficiais do Município.

Sendo assim, a retirada dessa cláusula, significaria a completa desvirtuação do objeto, porque, em caso de empresas com share abaixo do requerido a contratação não atingirá o fim público a que se pretende.

Ademais, em momento algum, trouxe a empresa impugnante qualquer comprovação de sua alegação, não tendo como esta Administração averiguar a veracidade de sua afirmação, ou se apenas pretende a impugnante adequar a licitação para a sua participação.

Além do já explicitado é proveitoso afirmar que a proposta mais vantajosa não é sinônimo de mais econômica. Porque a análise deve ser do melhor preço, sendo uma união da proposta com melhor preço e solução mais adequada para a Administração.

Sendo assim, neste caso, a melhor proposta será aquela que aliar o melhor preço ao maior alcance de share na região.

Em rápida pesquisa é possível ver que há diversos municípios solicitando o mesmo percentual de share, demonstrando ser essa uma porcentagem razoável e utilizada de forma recorrente pelos Órgãos Públicos em geral.

### III - CONCLUSÃO

Pelo exposto, decidimos pela manutenção da Cláusula 22.2 do Edital 231/2023, pelo fundamentos acima expostos, pugnano pelo prosseguimento do Feito.

À PGM, para que se proceda à análise jurídica.

Nova Friburgo, 27 de Novembro de 2023.



**Mayra Martins**  
Secretária de Gabinete  
Mat. 062.003