



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

Processo n.: 1164101

Natureza: Denúncia

Relator: Conselheiro Hamilton Coelho

Órgão/ Entidade: Prefeitura Municipal de Itabira

Juízo de admissibilidade: 15/02/2024

Autuação: 16/02/2024

Análise Inicial

I – Relatório

Trata-se de denúncia, com pedido de medida cautelar, formulada por Gabriela Dias Almeida Marciano em face do processo licitatório PMI/SMA/SUCON n. 104/2023 (Concorrência Pública PMI/SMA/SUCON n. 04/2023), promovido pela Prefeitura Municipal de Itabira, cujo objeto é a prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, no Município supracitado.

No relatório de triagem n. 69/2024, a Coordenadoria de Protocolo e Triagem manifestou-se à peça n. 03 no sentido de que o denunciante completasse/emendasse a denúncia, no prazo de 10 (dez) dias, em razão de indício veemente da existência do fato denunciado.

Dessa forma, o Conselheiro Presidente determinou a complementação da documentação em 29/01/2024 (peça n. 04 do SGAP). Cumprida a determinação (peça n. 07 do SGAP), e, preenchidos os requisitos estabelecidos no art. 301 do Regimento Interno, Resolução n. 12, de 2008, o Conselheiro Presidente recebeu a documentação como denúncia e determinou sua autuação e distribuição, nos termos previstos no caput do art. 305 c/c o art. 113 do diploma regimental (peça n. 08).

Conforme despacho de peça n. 10, o Relator, em análise do pedido de medida cautelar, tendo em vista o encerramento do procedimento licitatório com a celebração do Contrato n. 241/2023 entre o Município de Itabira e a empresa Shine On LTDA, vencedora do Concorrência Pública n. 04/2023, em 22/12/23, e, com fundamento no art. 60 da Lei Complementar n. 102/2008 e no art. 267 do Regimento Interno, indeferiu o requerimento. Ressaltou, contudo,



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

que eventual irregularidade será apurada no curso deste procedimento, mediante suficiente instrução processual. Ato contínuo, o Relator encaminhou os autos a essa Coordenadoria para análise técnica.

Em análise inicial, este Órgão Técnico, analisando os documentos acostados aos autos, e em consulta ao portal eletrônico do Município, constatou que não foi possível localizar os documentos relativos às fases interna e externa do procedimento licitatório, tampouco relativos à apresentação das propostas técnicas pelas licitantes (peça 17 do SGAP).

Dessa forma, foi intimado o Sr. Marco Antônio Lage, Prefeito Municipal de Itabira, para que encaminhasse a documentação acima mencionada.

Em resposta, foram encaminhados os documentos acostados às peças 23/37 do SGAP.

Vieram os autos novamente a esta Coordenadoria, para análise técnica.

II – Fundamentação

II.1 – Descumprimento de regras definidas no edital para a formulação de campanha publicitária simulada com base no “briefing” disponibilizado pela Prefeitura Municipal

Alegações da denunciante

Narra a denunciante que a Prefeitura Municipal de Itabira, por meio da Coordenadoria de Contratos, realizou Concorrência Pública n. 04/2023, processo PMI/SMA/SUCON no 104/2023. Esclarece que participaram da concorrência quatro agências de publicidade, tendo a Subcomissão Técnica julgado as propostas apresentadas e classificado a empresa Shine On LTDA em primeiro lugar.

Segundo a denunciante, a Subcomissão Técnica deixou de observar as regras do edital de licitação, conforme apontado nos recursos administrativos apresentados pelas demais concorrentes, e que, apesar de ter sido cientificada, manteve a classificação das licitantes, o que também foi mantido pela autoridade superior.

Explica que, para analisar a parte técnica, as concorrentes tiveram que formular uma campanha publicitária simulada com base no “briefing” disponibilizado pela Prefeitura Municipal de Itabira, que estabeleceu o tema e as considerações para realização da campanha



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

simulada, bem como a verba referencial para investimento, que foi no valor de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Afirma que o item 6.1.1.4.3., a), do edital, estabeleceu que para realizar a campanha simulada “os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação”. Contudo, prossegue, a concorrente Shine On LTDA não apresentou preços de tabela cheia e excedeu em 300% o valor limite imposto pelo “briefing” e ainda assim foi classificada e venceu a licitação.

Argumenta a denunciante que, muito embora tenha sido o fato informado pela concorrente Faz Publicidade LTDA em seu recurso administrativo, com a indicação das diferenças entre os valores de tabela cheia dos meios de comunicação e o valor utilizado pela Shine On LTDA em seu plano de comunicação simulado, a Subcomissão Técnica, a Procuradoria Jurídica e a autoridade superior mantiveram a classificação da empresa.

Sobre a questão, alega que os valores das inserções indicadas pela Shine On LTDA em seu plano de comunicação simulado não correspondem aos valores das plataformas para contratação de anúncios indicadas por esta (canal do anúncio), conforme comprovam documentos anexados. Ainda, assinala que, se há regra no edital estabelecendo a obrigação de usar tabela cheia e que o valor do plano de comunicação simulado não pode ultrapassar R\$ 500.000,00, a Subcomissão teria sim a obrigação de averiguar o cumprimento das regras do edital de licitação, caso contrário, bastaria às licitantes indicarem valores aleatórios sem seguir qualquer tabela.

Assevera que a obrigação da Subcomissão Técnica de avaliar a concretude dos valores apresentados pelas licitantes se extrai do texto do edital de licitação e do “briefing”, bem como da legislação aplicável ao caso.

Para avaliação técnica das propostas, continua a denunciante, o edital de licitação destacou a importância da economicidade da aplicação da verba de mídia, ou seja, o valor máximo imposto não apenas deveria ser cumprido, como também ser utilizado de forma estratégica. Pontua que o edital de licitação também estabeleceu a forma de interpretação de suas normas, percebendo-se a importância dada à igualdade na disputa, bem como ao cumprimento de princípios da administração pública.

De acordo com a denúncia, para se evitar dúvidas quanto ao cumprimento dos termos do edital de licitação, há previsão no edital de solicitação de diligências para esclarecer a instrução do processo, ou seja, a comissão permanente de licitação ou a autoridade superior poderiam requerer diligências para averiguar as informações da impugnação realizada pela Faz Publicidade LTDA.

Esclarece, também, que nos termos do edital de licitação, ocorrendo qualquer descumprimento aos seus termos, a proposta será desclassificada.

A denunciante apresentou pesquisa realizada na plataforma de venda de anúncios indicada pela Shine On LTDA (<https://canaldoanuncio.com/https://canaldomidia.com/>), afirmando que foi constatado que os valores apresentados pela mencionada empresa seriam demasiadamente inferiores aos divulgados pela plataforma.

Ademais, continua, os valores das tabelas oficiais divulgadas pelos próprios canais de comunicação demonstrariam a diferença entre os valores informados pela Shine On LTDA e a prática do mercado. Pontua que a mencionada empresa colocou em seu plano de comunicação simulado valores completamente impraticáveis pelo mercado de mídia, o que configura descumprimento ao estabelecido no edital de licitação.

Argumenta que o mercado de venda de anúncios trabalha com tabelas, não sendo plausível uma empresa de publicidade conseguir valores tão discrepantes aos praticados no mercado, ainda mais para formulação de um plano de comunicação simulado.

Afirma que a Subcomissão Técnica, formada por profissionais da área de comunicação, publicidade e marketing, teria a obrigação de avaliar se o plano de comunicação simulado cumpriu com as determinações do edital de licitação. Portanto, continua, se há estipulação de que as licitantes têm que indicar o preço de tabela cheia dos veículos de comunicação e limitar o seu plano de comunicação simulado a R\$ 500.000,00, cabe à Subcomissão Técnica averiguar se houve o cumprimento de referidos requisitos pelas licitantes.

Assim, segundo a denunciante, as questões levantadas que justificam a denúncia são:

- i) A subcomissão técnica não tem a obrigação de verificar o cumprimento dos requisitos impostos pelo Edital de Licitação? Nesse sentido, a subcomissão técnica não tem a obrigação de analisar se os valores apresentados pelas licitantes são de tabela cheia dos veículos de comunicação e se o valor de orçamento estabelecido no Briefing foi respeitado?
- ii) Se a subcomissão técnica não tem a obrigação de verificar o cumprimento dos requisitos impostos pelo Edital de Licitação, como é averiguado o cumprimento desses requisitos?

principalmente sobre os valores de tabela cheia dos veículos de comunicação e limite de orçamento estabelecido no Briefing.

- iii) Se foi estipulado no Edital de Licitação a obrigação de seguir os valores de tabela cheia dos veículos de comunicação, pode uma licitante não cumprir tal obrigação?
- iv) O não cumprimento da obrigação, não deveria levar à desclassificação da licitante?
- v) Se foi estipulado no Briefing a obrigação de cumprir com o orçamento máximo de R\$ 500.000,00, pode uma licitante não cumprir tal obrigação?
- vi) O não cumprimento do orçamento estabelecido no Briefing não provoca desigualdade entre as licitantes?
- vii) O não cumprimento do orçamento estabelecido no Briefing não deveria levar à desclassificação da licitante que o descumpriu?
- viii) A omissão da subcomissão técnica e demais órgãos fiscalizadores da Prefeitura Municipal de Itabira/MG em relação ao cumprimento dos requisitos do Edital de Licitação ocorreu para favorecer a licitante Shine On LTDA?

Análise técnica

O edital da Concorrência Pública SMA/SUCON n. 04/2023, Processo PMI/SMA/SUCON n. 104/2023, tipo técnica e preço, peça 02 do SGAP – 2.Documentos, ao tratar da Proposta Técnica, dispõe que:

6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

6.1. O envelope 1 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário, sem a identificação da licitante com respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em CD, DVD ou PEN DRIVE, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

6.1.1. Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno específico composto dos subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – **ANEXO IV** e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

6.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de texto no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **PREFEITURA**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing – **ANEXO IV**.

6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária será desenvolvido por meio de texto no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

6.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Prefeitura de Itabira;

6.1.1.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

6.1.1.3. Ideia Criativa a licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

6.1.1.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.1.1.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.1.1.3.3.

6.1.1.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

(...)

6.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing – **ANEXO IV**.

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.3.1.

6.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

a) período de distribuição das peças e ou material;

b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

6.1.1.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

O Briefing, peça 02 do SGAP – 2.Documentos, por sua vez, aduz que:

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Fica definida a importância de **R\$500.000,00** (quinhentos mil reais) como sendo o valor do investimento a ser considerado pela licitante para o desenvolvimento da campanha simulada referente à sua Proposta Técnica, tanto para mídia quanto para as outras ações pertinentes relativas à campanha.

Entende a **Prefeitura de Itabira** ser este um valor condizente com os objetivos da comunicação, praça e público-alvo estabelecidos neste *briefing*, possibilitando assim às licitantes a demonstração de sua qualificação técnica durante a licitação.

Portanto, o que se verifica é a imposição de duas condições essenciais para o desenvolvimento da campanha simulada: utilização dos preços de tabela cheia das inserções em veículos de comunicação (item 6.1.1.4.3, alínea “a” do mencionado edital) e limite de valor de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) a título de investimento.

O edital, inclusive, prevê, no item 8.4, alínea “a”, a desclassificação da proposta que não atender às exigências do edital e de seus anexos:

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.
- c) Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.
- d) Não consistir em causa de desclassificação a irregularidade formal que não afete o conteúdo ou a idoneidade da Proposta Técnica ofertada.

Certo é que o instrumento convocatório é o documento que concentra todas as regras destinadas a regular o processo licitatório e o processo da contratação pública. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada. Tanto a Lei n. 8666/93 como a Lei n. 14.133/21 preveem expressamente o princípio da vinculação ao instrumento convocatório ou vinculação ao edital (respectivamente art. 3º e art. 5º).

Vale trazer à baila o ensinamento de Carvalho Filho:

Edital é o ato pelo qual a Administração divulga as regras a serem aplicadas em determinado procedimento de licitação. Com rara felicidade, HELY LOPES MEIRELLES caracterizou o ato como “a lei interna da concorrência e da tomada de preços”, palavras tantas vezes repetidas pelos estudiosos do assunto. É irreparável a afirmação do grande administrativista. O edital traduz uma verdadeira lei porque subordina administradores e administrados às regras que estabelece. Para a Administração, desse modo, o edital é ato vinculado e não pode ser desrespeitado por seus agentes (...) (Carvalho Filho, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo - - 34. ed. - São Paulo: Atlas, 2020, pág. 350.)

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório ou edital preceitua que a Administração Pública deve consolidar as regras de regência do processo da contratação pública em um único documento, denominado edital da licitação ou instrumento convocatório; e, ao editar esta regra, estará imediatamente submetida a ela, devendo assegurar o seu integral cumprimento pelos licitantes e contratados, que a ela também devem respeito.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

Conclusão direta e imediata decorrente do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, e das regras expressas previstas na legislação de regência das licitações, é que o edital do certame tem natureza jurídica de ato administrativo normativo, destinado a regular as relações jurídicas vocacionadas à contratação pública.

Ainda de acordo com o mencionado autor, deve-se atentar ao princípio de vinculação do instrumento convocatório:

A vinculação ao instrumento convocatório é garantia do administrador e dos administrados. Significa que as regras traçadas para o procedimento devem ser fielmente observadas por todos. Se a regra fixada não é respeitada, o procedimento se torna inválido e suscetível de correção na via administrativa ou judicial. (...) (Carvalho Filho, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo - 34. ed. - São Paulo: Atlas, 2020, pág. 317).

Sobre o tema, esta Corte de Contas já se manifestou:

DENÚNCIA. LICITAÇÃO. PREGÃO PRESENCIAL. VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. AUSÊNCIA DE IRREGULARIDADES. IMPROCEDÊNCIA. ARQUIVAMENTO. Considerando que é dever da Administração garantir o cumprimento do que foi estabelecido no edital, em obediência ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório e ao princípio da legalidade, julga-se improcedente a denúncia, nos termos do art. 71, § 2º, da Lei Complementar n. 102/2008. (DENÚNCIA n. 1114813. Rel. CONS. SUBST. LICURGO MOURÃO. Sessão do dia 15/09/2022).

DENÚNCIA. SUPERINTENDÊNCIA DE ÁGUA E ESGOTO. PREGÃO PRESENCIAL. CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONTROLE, OPERAÇÃO E FISCALIZAÇÃO DE PORTARIAS. APRESENTAÇÃO DE VALORES DE AUXÍLIO ALIMENTAÇÃO. BALANÇO PATRIMONIAL INVÁLIDO. AUSÊNCIA DE ATESTADO DE COMPROVAÇÃO TÉCNICA. NECESSIDADE DE MOTIVAÇÃO DO ATO. TERMO DE REFERÊNCIA INCOMPLETO. VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. INQUÉRITO CIVIL. NEPOTISMO. INEXISTÊNCIA DE JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS. AUSÊNCIA DE ORÇAMENTO DETALHADO EM PLANILHAS. EXIGÊNCIA DE ÍNDICES FINANCEIROS E DE CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO. PARCIAL PROCEDÊNCIA. RECOMENDAÇÃO. ARQUIVAMENTO. 1. O edital é uma espécie de instrumento convocatório que vincula as partes, de modo que suas regras devem ser observadas tanto pela Administração Pública quanto pelos seus subordinados. (Denúncia n. 1071441. Rel. CONS. WANDERLEY ÁVILA. Sessão do dia 28/06/2023)

DENÚNCIA. PREFEITURA. PREGÃO ELETRÔNICO. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TRANSPORTE ESCOLAR. INABILITAÇÃO INJUSTIFICADA DO LICITANTE. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. IMPROCEDÊNCIA. ARQUIVAMENTO. A vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. Logo, tanto a Administração quanto os licitantes devem ficar sempre adstritos aos termos do instrumento convocatório, quer quanto ao procedimento, quer quanto à documentação, às propostas, ao julgamento, que deve ser objetivo, e ao contrato. (Denúncia n. 1144652. Rel. CONS. SUBS. ADONIAS MONTEIRO. Sessão do dia 07/11/2023).

No caso em análise, participaram da Concorrência Pública n. 04/2023, processo PMI/SMA/SUCON no 104/2023, quatro agências de publicidade, tendo a Subcomissão Técnica julgado as propostas apresentadas e classificado a empresa Shine On LTDA em primeiro lugar. Dessa forma, foi celebrado o Contrato n. 241/2023 entre o Município de Itabira e a empresa citada.

Analisando a proposta apresentada pela empresa vencedora, constante de peça 24 do SGAP, verifica-se que nas fls. 24/28 são apresentadas as tabelas de preços. Confrontando esses valores com os constantes das tabelas oficiais, constata-se discrepância entre eles.

A título de exemplo, seguem valores apresentados para exibição de comerciais nas salas de cinema Cinemark em Belo Horizonte (fl. 215, arquivo 4.Documentos-Manifesto, peça 02 do SGAP):

Cinema Cinemark		Preço De R\$5.325,00 à R\$16.220,00	
Formato	Descrição	Localidade(s)	Preço ^
Comercial Pré-filme 15 segundos	Shopping / Complexo: Shopping Pátio Savassi	Avenida do Contorno, 6061 - Belo Horizonte - MG	R\$5.325,00 por cine-semana / sala
Comercial Pré-filme 15 segundos	Shopping / Complexo: DiamondMall	Avenida Olegário Maciel, 1600 - Belo Horizonte - MG	R\$5.775,00 por cine-semana / sala
Comercial Pré-filme 15 segundos	Shopping / Complexo: BH Shopping	BR-356, 3049 - Belo Horizonte - MG	R\$5.783,00 por cine-semana / sala
Comercial Pré-filme 30 segundos	Shopping / Complexo: BH Shopping	BR-356, 3049 - Belo Horizonte - MG	R\$7.100,00 por cine-semana / sala
Comercial Pré-filme 30 segundos	Shopping / Complexo: Shopping Pátio Savassi	Avenida do Contorno, 6061 - Belo Horizonte - MG	R\$7.100,00 por cine-semana / sala
Comercial Pré-filme 30 segundos	Shopping / Complexo: BH Shopping	BR-356, 3049 - Belo Horizonte - MG	R\$8.110,00 por cine-semana / sala

A seguir, seguem os valores apresentados pela empresa Shine on LTDA em sua proposta (fl. 25 de peça 24 do SGAP):



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

SALA DE CINEMA	Praça	Formato	R\$ Unit.	1-10	11-20	21-30	Qtde Total	R\$ Total	%
Cinemax	Itabira	VT 30"	1.050,00	2 salas - 30 dias			2	2.100,00	18,93%
Cinemark - DiamondMall	BH	VT 15"	1.443,75	1 sala - 7 dias			1	1.443,75	13,02%
Cinemark - BH Shopping	BH	VT 30"	1.775,00	1 sala - 7 dias			1	1.775,00	16,00%
Cinemark - Pátio Savassi	BH	VT 30"	1.775,00	1 sala - 7 dias			1	1.775,00	16,00%
Moviecom - Shopping Vale do Aço	Ipatinga	VT 15"	999,50	4 salas - 7 dias			4	3.998,00	36,04%
9 Inserções no período							Investimento R\$	11.091,75	100%

Conforme tabela apresentada pela “Modo Viagem”, seguem valores para exibição de comerciais de 30 segundos (fl. 219, arquivo 6.Documentos-Manifesto, peça 02 do SGAP):



**modo
viagem**

tv comerciais de 30”
faixa horária / programas especiais

preços em real, válidos para compras em março 2023

Faixa horária	Mês exibição	NACIONAL	Programas especiais	Mês exibição	NACIONAL
ROTATIVO	mar	1.010	Programa Especial*	mar	3.500
	abr	1.010		abr	3.500
	mai	1.010		mai	3.500
	jun	1.010		jun	3.500
00h00 - 07h00	mar	430			
	abr	430			
	mai	430			
	jun	430			
07h00 - 12h00	mar	730			
	abr	730			
	mai	730			
	jun	730			
12h00 - 18h00	mar	1.110			
	abr	1.110			
	mai	1.110			
	jun	1.110			
18h00 - 00h00	mar	1.820			
	abr	1.820			

A empresa Shine On LTDA, em sua proposta, apresenta o seguinte valor (fl. 25 de peça 24 do SGAP):

TELEVISÃO	Colocação	Formato	R\$Inserção	Período Mensal/Dias			Qtde Total	R\$ Total	%
				1-10	11-20	21-30			
TV Globo - BH	Tô Indo	VT 30"	737,00	2 veiculações a cada sábado			8	5.896,00	15,87%
TV Globo - BH	Terra de Minas	VT 30"	5.571,00	1 veiculação em 2 sábados			2	11.142,00	29,99%
TV Globo - BH	Rolê nas Gerais	VT 30"	5.571,00	1 veiculação em 2 sábados			2	11.142,00	29,99%
TV Modo Viagem - BR	Brasil Visto de Cima	VT 30"	365,50	2 veiculações a cada sábado			8	2.924,00	7,87%
TeleCine - BR	Rotativo	VT 15"	1.510,88	1 veiculação a cada sábado			4	6.043,52	16,27%
24 Inserções no período							Investimento R\$	37.147,52	100%



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

Ainda, foi constatado o seguinte:

- os valores divulgados para anúncio na Rádio 98 FM, dependendo do horário, variam entre R\$ 290,00; R\$ 484,00 e R\$ 788,00 por inserção, enquanto a tabela da Shine On LTDA indicou o valor de R\$ 133,14;

- os valores divulgados para anúncio no Aeroporto de Congonhas/SP são a partir de R\$ 37.500,00 e R\$ 100.000,00 por inserção (painel/semana), enquanto a tabela da Shine On LTDA indicou o valor de R\$ 2.887,50;

- Os valores divulgados para anúncio nos Jornais O Tempo, Estado de Minas, Super, nas rádios e no canal modo viagem também possuem valores distintos dos apresentados pela Shine On LTDA em seu plano de comunicação simulado e o divulgado pelas plataformas.

Conforme podemos verificar, e não considerando apenas os valores aqui trazidos a título de exemplo, mas sim todos aqueles apresentados em sua proposta, os preços ofertados pela mencionada empresa são bem inferiores àqueles constantes das tabelas oficiais, conforme se comprova dos documentos juntados aos autos, que foram devidamente analisados.

Dessa forma, entendemos que a mencionada empresa, ao apresentar em seu plano de comunicação simulado valores impraticáveis pelo mercado de mídia, não teria utilizado os preços de tabela cheia, o que configura descumprimento ao estabelecido no edital de licitação.

Ademais, vale salientar que, caso tivessem sido apresentados pela licitante vencedora os preços de tabela cheia dos veículos de comunicação, não teria sido respeitado o valor de orçamento estabelecido no Briefing. A empresa Shine On LTDA só conseguiu cumprir o requisito do limite de valor de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) a título de investimento pois não utilizou os preços de tabela cheia.

Conforme afirmado alhures, o que se verifica no edital é a imposição de duas condições essenciais para o desenvolvimento da campanha simulada: utilização dos preços de tabela cheia das inserções em veículos de comunicação (item 6.1.1.4.3, alínea “a” do mencionado edital) e limite de valor de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) a título de investimento.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

*Diretoria de Controle Externo dos Municípios
2ª Coordenadoria de Fiscalização dos Municípios*

Portanto, esta Unidade Técnica considera procedente o apontamento de descumprimento de regras definidas no edital para a formulação de campanha publicitária simulada com base no “briefing” disponibilizado pela Prefeitura Municipal.

III– Conclusão

Dado o exposto, esta Unidade Técnica opina pela procedência dos fatos denunciados, propondo, nesse sentido, a citação do Prefeito Municipal de Itabira, Sr. Marco Antônio Lage e dos membros da Subcomissão Técnica do processo licitatório SMA/SUCON no 004/2023, processo PMI/SMA/SUCON no 104/2023, Sra. Cíntia Germano Torre Silva, Sra. Maria Cecília Ambrósio Passos, e Sra. Natália Sant’Ana Cunha Silva Lopes, para apresentarem suas razões de defesa, no prazo de até 15 (quinze) dias, tendo em vista os indícios de irregularidade apurados (*caput* do art. 150 do Regimento Interno do TCEMG, Resolução n. 24/2023).

Belo Horizonte, 03 de setembro de 2024.

Alexandra Recarey Eiras Noviello

Analista de Controle Externo

TC 2711-9