

**ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO DE LICITAÇÃO da Prefeitura Municipal de Boa Esperança/ES**

**REF: EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 002/2023**

**I. INTRODUÇÃO**

Prezados Senhores,

O Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Espírito Santo - SINAPRO/ES, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 30.778.773/0001-64, sediado na cidade de Vitória, por intermédio de seu Presidente, que abaixo subscreve, na defesa dos interesses da categoria, vem à presença de Vossas Senhorias apresentar solicitação de retificação do EDITAL Nº **002/2023**.

Com fundamento nos termos do referido Edital, bem como nas bases que norteiam o Direito Administrativo, a forma legítima para solicitar tais correções que serão aqui apontadas não pode ser outra senão por meio de **Impugnação**.

A despeito de qualquer conotação negativa a qual esta medida venha a ser percebida, imperioso deve ser o respeito à principiologia que rege a atuação da Administração Pública em seus processos de contratação, os quais devem ser elaborados em atenção aos princípios que orientam o exercício da função administrativa, em especial: legalidade, razoabilidade, proporcionalidade, impessoalidade, isonomia, moralidade, publicidade e eficiência.

Diante do exposto, o Sinapro/ES, entidade de classe que congrega e representa as empresas da área de publicidade e propaganda do Estado, destaca o seu papel colaborativo para o desenvolvimento do nosso mercado, tanto para agências, como para clientes-anunciantes.

Por meio dessa medida o Sinapro/ES busca, além de zelar pelos direitos e interesses individuais e coletivos de seus associados, contribuir para a proteção da atividade econômica das agências de propaganda, bem assim colaborar para a segurança jurídica da contratação almejada pelo Município de Boa Esperança - ES.

No sentido do respeito que sempre norteou as relações entre o Sinapro/ES e esses Órgãos, aproveitamos o ensejo para renovar os votos de elevada estima e consideração por Vossas Senhorias.

**O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE ESPÍRITO SANTO – SINAPRO/ES**, por intermédio do seu Presidente que esta subscreve, na condição de representante das agências de propaganda do estado do ESPÍRITO SANTO com plena legitimidade para subscrever a presente **IMPUGNAÇÃO**, vem à presença de Vossa Senhoria requerer conhecimento e provimento da mesma, fazendo-os nos termos dos argumentos fáticos e jurídicos, a seguir expostos:

### III. DOS FATOS

Atendendo à solicitação deste SINAPRO/ES, encaminhamos à Assessoria Jurídica da FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO, o Edital em referência, e dela recebemos o parecer abaixo reproduzido:

*“Esta Assessoria Jurídica da FENAPRO analisou o Edital de Concorrência nº 002/2023, através do qual a **PREFEITURA MUNICIPAL DE BOA ESPERANÇA** instaurou licitação conjunta objetivando a contratação de Agência de publicidade e propaganda, para prestação de serviços publicitários, e temos a esclarecer:”*

#### I. Considerações Gerais:

**1.1.** O Edital e demais peças que compõem o PROCESSO Nº 5.873/2023, foram elaborados sobre outros diversos processos licitatórios relativos a diferentes segmentos de prestação de serviços e a diferentes portes de órgãos/entes da Administração Pública, de sorte que se mostram absolutamente inadequados à licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por Agência de Propaganda, num pequeno Município como o de Boa Esperança.

**1.2.** O Edital e as peças supra referidas são inaproveitáveis, razão pela qual, o pleito licitatório deve ser anulado por ilegalidades numerosas, pela Prefeitura Municipal de Boa Esperança, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante **IMPUGNAÇÃO**.

**1.3.** Se o Edital for anulado e o Aviso sobre a instauração de nova licitação, não for publicado até 29/12/2023, o pleito licitatório, obrigatoriamente, deverá ocorrer mediante aplicação complementar da Lei 14.133/2021, e não mais sob a égide da Lei nº 8.666/93.

#### II. Desconformidades de ordem legal

**2.1. Fundamentação legal:** a Lei nº 14.356/22, citada na “**Introdução**”, **não se aplica à seleção e contratação de serviços publicitários prestados por Agência de Propaganda.** Refere-se às **contratações de serviços de comunicação institucional**, ou seja, aos serviços de relação com a imprensa e de relações públicas (art. 2º da Lei nº 14.356/22, que inclui na Lei nº 12.232/10, o art. 20-A, para determinar que a contratação dos mesmos observe o disposto no art. 5º da Lei nº 12.232/10).

**2.1.1** Neste sentido dispõe o art. 2º, §2º, da Lei nº 12.232/10:

1. “§ 2o Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1o deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.”

**2.1.2** A citação à Lei nº 14.356/22, induziu ao erro, o profissional que elaborou o Edital e Anexos, contaminando-os. Por esta razão, por exemplo, o subitem 8.9.3, do Anexo VII – “Minuta de Contrato”, dispõe sobre o faturamento de serviços de “COMUNICAÇÃO VISUAL”, serviços estes que não são prestados por Agências de Propaganda.

**2.2** Ainda na “Introdução” do Edital consta que será realizada **CONCORRÊNCIA** do tipo “**MELHOR TÉCNICA E PREÇO**”, tipo esse que não existe no art. 45, §1º, da Lei nº 8.666/93.

O art. 45, §1º, da Lei nº 8.666/93, dispõe em seu inciso II – “a de melhor técnica” – e no inciso III – “a de técnica e preço”.

Esclarece ainda em seu §5º:

1. “§5º - É vedada a utilização de outros tipos não previstos neste artigo.”

Se o tipo “**MELHOR TÉCNICA E PREÇO**” não integra o art. 45, §1º, da Lei nº 8.666/93, **ELE NÃO PODE SER INSERIDO NO PLEITO.**

**2.2.1** Não bastasse, o art. 5º da Lei nº 12.232/10 dispõe expressamente:

1. “Art. 5 - As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

De notar que o art. 5º supra transcrito, enfatiza “... **adotando-se como obrigatórios**, os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Ou é um, ou é o outro. **Legalmente, é vedada a combinação de ambos.** O Edital não pode afrontar a Lei.

**2.2.2.** A indicação equivocada no tipo licitatório levou a inserir no item 13.1 do Edital, a seguinte redação:

“13.1. O julgamento final das Propostas Melhor Técnica e Preço e de Preços (percentual de desconto%) da licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo “melhor técnica”.

O art. 40, caput, da Lei nº 8.666/93, estabelece que deve constar do Edital “... e o **TIPO** de licitação”.

O Edital em análise dispõe, em sua “Introdução”, “... licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **Melhor Técnica e Preço**”. Sendo indicado o tipo “Melhor Técnica e Preço”, mesmo que ele não exista, o julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, **NÃO PODE SER EFETUADO** por tipo diverso daquele declarado.

É necessário corrigir primeiro o tipo de licitação; adequar o Edital ao novo tipo adotado, para depois dispor sobre o critério que norteará o julgamento final.

Tanto as disposições do Edital como as do Termo de Referência estão absolutamente confusas quanto ao critério de julgamento final das Propostas.

**2.3.** A licitação em causa, objetiva a seleção e contratação de 01 (uma) Agência de Propaganda, e **não de “Empresa Especializada” como consta da “Introdução” do Edital**. A expressão “empresa especializada” prende-se à Lei nº 14.356/22 **E ELA NÃO SE APLICA À PRESENTE LICITAÇÃO**, como retro exposto à exaustão.

“Empresa Especializada” é a que fornece serviços especializados a que se refere o §1º, do art. 2º, da Lei nº 12.232/10.

Face aos serviços publicitários prestados pela Agência de Propaganda, ela é uma **FORNECEDORA**.

**2.4.** Ao mencionar “Proposta de Preços”, o Edital traz, entre parênteses “...(percentual de desconto%)...”. Ora, a Proposta de Preços é composta por:

- a. desconto sobre a “Lista Referencial de Custos Internos”, fornecida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo;
- b. honorários percentuais sobre o custo de serviços de terceiros relativos à produção/execução de peças/materiais publicitários que não se destinem à mídia; e
- c. honorários percentuais sobre o custo de serviços de terceiros relativos à produção/execução de peças/materiais publicitários destinados à mídia.

Tanto o desconto sobre a “Lista Referencial de Custos Internos”, como os percentuais referentes aos honorários compõem a Proposta de Preços e devem ser valorados, como disposto no subitem 12.5.2.

Porém no item 12.5, que contém a tabela de valoração da Proposta de Preços, o “desconto sobre a Lista Referencial de Custos Internos” não é mencionado, como abaixo comprovado:

**12.5** A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘b’ do subitem 12.3	<b>P2 = 30 x Menor Honorário Proposto pelas Licitantes/Honorário proposto</b>
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘c’ do subitem 12.3	<b>P3 = 30 x Menor Honorário Proposto pelas Licitantes/Honorário proposto</b>

**2.5.** A Proposta Técnica, no item 7.1, é condicionada nos Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3.

No item 9.2, décimo-primeiro destaque, ao se referir ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, é mencionado (Invólucro “B”); e ao Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada, (Invólucro “A”).

Estabelece-se confusão entre os envelopes, em razão do “Termo de Referência” identificá-los por **LETRAS** e o Edital, por **NÚMEROS**. É necessário adotar um só e mesmo critério.

**2.6.** No subitem 14.3.1.3 do Edital, é exigida “prova de regularidade perante a Fazenda Estadual”, e Agência de Propaganda não está sujeita a tributos estaduais. O muito que pode ser exigido é a “Declaração de Não Contribuinte de Tributos Estaduais”.

**2.7.** O subitem 14.4.6 deve ser eliminado, vez que a legislação nele mencionada não se aplica à licitação de serviços publicitários prestados por intermédio de Agência de Propaganda, que está sujeita apenas à legislação constante da “Introdução”, exceção feita à Lei nº 14.356/2022.

**2.8.** A licitação é de interesse da Prefeitura Municipal de Boa Esperança, e o item 14.5 do Edital, transcrito possivelmente, do Edital adotado pelo Estado do Espírito Santo, exige que as licitantes possuam instalações e aparelhamento disponíveis, no mencionado Estado e não no Município de Boa Esperança.

Como uma licitante com sede, por exemplo, em Vitória, poderá, se contratada, atender às necessidades da Prefeitura de Boa Esperança, a 285 Km da citada Capital?

O “termo de compromisso” a ser assinado pela licitante, previsto no item 14.5, sublinha 4.1), deve se referir à instalação de um escritório em Boa Esperança, caso a licitante seja sediada fora do mencionado Município.

O mesmo equívoco pode ser constatado no Termo de Referência (subitem 19.1.1, alíneas “d” e “d.1”);

**2.9.** No subitem 14.6.15 há um equívoco que precisa ser sanado imediatamente: ao invés de “Todas as folhas da Proposta Comercial e Documentação de Habilitação...”, deve ser “Com exceção do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada (Envelope nº 01), todas as

folhas dos demais documentos que compõem a Proposta Técnica, a Proposta de Preços e a Documentação de Habilitação...”.

O disposto no item 14.7 deve ser eliminado.

Ou são indicados os documentos contidos no Termo de Referência de modo claro e objetivo, para que todas as licitantes saibam quais são, ou se elimina a exigência.

**2.10.** Item 15.3, alínea “c”: a redação está confundindo. O correto é:

“cotejar as vias identificadas (Invólucro nº 02) com as vias não identificadas (Invólucro nº 01)...”

**2.11.** O item 17.1 dispõe sobre os atos da CPL que podem ser objeto de RECURSO, porém os mencionados nas alíneas “c”, “d” e “e”, não são de competência da CPL e devem ser considerados em item à parte.

Em razão do equívoco inicial, todos os itens seguintes devem ser revistos.

**2.12.** No item 17.8 são mencionados os arts. 100 e 101 da Lei nº 8.666/93, que foram revogados em 2021, pelo art. 193, inc. I, da Lei nº 14.133/21.

**2.13.** O item 21.1 está equivocado. Todas as licitações instauradas para contratação de serviços publicitários preveem a prestação de GARANTIA, na forma da Lei.

É preciso incluí-la.

**2.14.** No item 27.7, na 1ª linha, eliminar “o projeto básico”, pois ele foi abolido das licitações de serviços publicitários, em 2010, pelo art. 6º, caput, da Lei nº 12.232/10.

### **III. Anexo I – Termo de Referência**

**3.1.** Aplicam-se ao Termo de Referência, todas as considerações tecidas com relação ao Edital e mais:

- a. **Item 1.1:** eliminar o trecho “... combinado com o art. 7º, §2º, inc. I da Lei nº 8.666/93 e 12.349/2010, subsidiariamente”, porque não se aplicam à presente licitação;
- b. **Item 3.1:** eliminar todo o tópico. Não é preciso transcrever regras éticas e normas legais no Edital;
- c. **Item 11.1:** corrigir o número do processo: é 5.873/2023;
- d. **Item 13.7:** na 1ª linha, ao invés de “... Comissão Especial de Licitação...”, deve ser “... Comissão Permanente de Licitação...” como consta da 2ª linha do mesmo item;
- e. **Item 14.4.5:** na 2ª linha há uma grave omissão. Após “... e da relação prevista na alínea “a” do subitem \_\_?\_\_”, é necessário incluir o número do subitem, porque é ao conteúdo da alínea “a” do mesmo, que se refere a limitação de 15 (quinze) páginas;

- f. **Item 14.5:** o Briefing corresponde ao Anexo II, e não ao Anexo I, como consta da 4ª linha;
- g. **Subitem 14.5.4.3, alínea “b”:** a alínea “b” em referência deve ser eliminada. Numa licitação com baixo valor, não se aplica repasse algum. A matéria é regulamentada pelo Anexo “B” às Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CENP;
- h. **Subitem 14.7.1:** no último parágrafo, eliminar a frase “sem identificação da licitante”. O subitem em referência refere-se ao “Conjunto de Informações do Proponente” (Envelope nº 03, no Edital), e as informações requeridas identificam o proponente, que é a própria licitante;
- i. **Subitens 14.11.1 e 14.13.1:** o lapso de tempo deles constantes é excessivo. O máximo recomendável é de aproximadamente, 03 (três) anos. As peças e materiais do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devem retratar o emprego de técnicas e meios mais atualizados;
- j. **Subitem 16.1.2:** deve ser eliminado. A Proposta de Preços contempla somente, a remuneração da licitante, e cobre as despesas por ela suportadas em relação aos seus profissionais e encargos incidentes; e as incidências fiscais e contribuições que oneram a remuneração por ela auferida.

Tudo o mais, compreendido no subitem 2.2.1 do Termo de Referência, será contratado por conta e ordem da Prefeitura, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/65;

- k. **Subitem 19.1.2, alínea “a”:** outro equívoco é constatado: ou é exigido o “Índice de Endividamento Geral – IEG”, ou é exigido o índice de “Solvência Geral – SG”. Em se tratando de atividade econômica publicitária, cuja natureza é intermediária, o índice correto é de “SOLVÊNCIA GERAL”.

Ele é usualmente adotado pela Administração Pública, em todos os níveis, para a correta avaliação da situação financeira de uma Agência de Propaganda, atendendo ao que dispõe o art. 31, §5º, da Lei nº 8.666/93.

Portanto, o “Índice de Endividamento Geral – IEG” deve ser eliminado;

- l. **Subitem 21.1.6:** na 2ª linha, é citado o item 17.3, como contendo os percentuais máximos para pagamento de direitos patrimoniais de autor incidentes sobre peças publicitárias, na hipótese de reutilização das mesmas.

Porém o item 17.3 não se refere à matéria, e tanto o Edital, como o Termo de Referência são omissos no tocante a tais percentuais, restando um vácuo;

- m. **Subitem 21.1.22:** na 3ª linha, eliminar a frase “... a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior”. A previsão só se aplica às licitações promovidas por empresas públicas, sociedades de economia mista e subsidiárias, e não é o caso;

- n. **Item 23.5:** na 1ª linha está escrito “...obedecido o devido processo legal, na forma constante deste Decreto,...” que Decreto? Trata-se de um Termo de Referência e não Decreto.

Necessário situar o Decreto de onde o texto for extraído, e refazer a redação do item 23.5;

- o. **Subitem 23.5.3:** na 1ª linha, há menção aos “... §§ 2º e 3º deste artigo...”, sendo que nenhum artigo é mencionado e nem o subitem 23.5.3 tem parágrafos;
- p. **Subitens 23.5.4 e 23.5.5:** nem Edital e nem Termo de Referência preveem a prestação de garantia. No entanto, os subitens em referência preveem a utilização da garantia prestada. Ou a prestação da garantia é introduzida no Edital e Termo de Referência, ou os subitens 23.5.4 e 23.5.5 e demais correlatos são eliminados;
- q. **Subitem 23.5.8:** na 4ª linha, a frase “... multa na forma do inciso I, alínea “b” ou inciso II, alínea “d” deste artigo...”. Que artigo? Como saber do que se trata se o artigo assim como a Lei em que ele se encontra, não são citados?

A forma de pagamento está completamente equivocada. A forma de emissão das Notas Fiscais não se dá como indicado no item 25.9 e subitens seguintes.

A Agência de Propaganda NÃO FATURA VALORES DEVIDOS A TERCEIROS, como estabelecido no subitem 25.9.7. Se fosse como determinado no subitem 25.9.7 ocorreria uma bitributação em âmbito federal e municipal;

- r. **Item 26.2:** acrescentar ao final da 2ª linha: “segundo as alterações introduzidas na “Lista Referencial de Custos Internos” emitida pelo SINAPRO/ES”.

Não há como determinar o índice de reajuste a ser adotado, porque o preço oferecido pela Agência, é percentual, e porque o reajuste da “Lista Referencial de Custos Internos” supra aludida, é feito pelo SINAPRO/ES, e válido para o Estado e todos os Municípios capixabas.

Toda a matéria precisa ser revista.

#### **04. Anexo II – Briefing**

**4.1.** No tópico “**MÍDIAS**”, deixaram de ser mencionados, ainda que exemplificativamente, os veículos que a **PREFEITURA** tenha utilizado, em contratações anteriores, na divulgação de mensagens offline.

O Briefing deve definir situações para que as licitantes possam colocar nos mesmos o foco criativo. Considerações de ordem genérica e teórica, não ajudam o Briefing.

**Está incompleto.**

#### **05. Anexo II – Briefing**

##### **5.1. Validade da Proposta: 120 (sessenta) dias**



O art. 64, §3º, da Lei nº 8.666/93, estabelece para as Propostas, o prazo de 60 (sessenta) dias contados da data de entrega.

O Edital no subitem 11.1.6, afirma que a “validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias”.

O Termo de Referência faz coro com o Edital, em seu subitem 16.1.3. Então, como o Anexo III pode fixar o prazo de validade em “120 (sessenta) dias”?

Impõe-se uma conclusão: o texto do Anexo III, a exemplo dos demais, também não foi revisto por um assessor jurídico como manda o artigo 38, par. único da Lei nº 8.666/93.

## 06. Anexo VII – Minuta de Contrato

**6.1.** A redação do enunciado do Contrato não corresponde aos objetivos do mesmo. Melhor seria se fosse adotada a abaixo sugerida:

1. “Contrato para prestação de serviços de publicidade por intermédio da Agência de Propaganda, que entre si celebram o Município de Boa Esperança e ....”

**6.2** Aplicam-se à Minuta de Contrato, todas as demais considerações anteriormente feitas, se convenientes, e mais:

a. **Subitem 1.2.3:** na 1ª linha, ao invés de “subitem 2.2.1”, deve ser “subitem 1.2.1”; o mesmo ocorre na 3ª linha do subitem 1.3.1;

b. **Item 1.3:** na 1ª linha, ao invés de “... presente Termo de Referência serão contratados com agência de propaganda...”, deve ser “... presente Contrato serão prestados por agência de propaganda...”;

c. **Item 2.1:** na 1ª linha, eliminar a frase “... em regime de empreitada por melhor técnica...”, uma vez que:

- “serviços de publicidade não são executados sob regime de empreitada (por preço global ou unitário)”, segundo a lição do Prof. Marçal Justen Filho (“Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração – Lei nº 12.232/2010, Ed. Fórum, p. 246, n. 2.4.2);
- Ainda que pudessem ser prestados em regime de empreitada, o que se admite por amor ao esclarecimento, o art. 10 da Lei nº 8.666/93 não contempla o “regime de empreitada por melhor técnica”.

- “Empreitada” é a forma de contratação da execução de obras e serviços de engenharia (art. 10 da Lei nº 8.666/93).
  - “Melhor técnica” é um tipo de licitação que, juntamente com o de “Técnica e Preço”, é usado exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual (art. 46, caput, da Lei nº 8.666).
  - Não é possível confundir forma de execução de serviços de engenharia e obras, com tipo de licitação de serviços de natureza intelectual;
  - O Edital e seus Anexos devem se ater às disposições legais, proibidos que são de afrontá-las.
- d. **Subitem 2.3.4:** na 1ª linha, ao invés de “Termo de Referência”, deve ser “... Contrato...”
- e. **Item 3.5 a subitem 3.8.1:** devem ser adequados à terminologia utilizada em “Contrato”. Por exemplo, no Contrato, não se fala em “Licitante Vencedora”, porque ela é “CONTRATADA”, não é necessário reproduzir o Termo de Referência, pois ele será parte integrante do “Contrato” etc..;
- f. **Subitens 7.1.6.1.1 e 7.1.6.3.1:** os dois subitens mencionam, nas respectivas 1ªs linhas, os subitens “7.1.5.1 e 7.1.5.3”, e nenhum deles existe no texto da minuta do contrato;
- g. **Subitem 7.1.8.2:** na 3ª linha, ao invés de “subitem 7.1.7.1 (que não existe), deve ser “... subitem 7.1.8.1...”;
- h. **Subitem 7.1.8.7:** o “subitem 7.1.7.6” citado na 1ª linha do subitem em referência, NÃO EXISTE na minuta do contrato;
- É necessário introduzir na minuta de contrato, cláusula optando pela aplicação da Lei nº 8.666/93 durante toda a vigência do contrato, inclusive eventuais prorrogações.

“15.7. Nos termos do disposto no art. 191, da Lei nº 14.133/2021, a Prefeitura Municipal de Boa Esperança opta por realizar a presente licitação, de acordo com as normas legais contidas na Lei nº 8.666/93, consolidada, abrangendo inclusive o contrato e suas eventuais prorrogações.”

## **07. Tabela de pontuação dos itens**

**7.1.** Na p.93, quesito “Repertório”, eliminar “Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da PMBE”, porque afronta o art. 3º, §1º, inc. I, da Lei nº 8.666/93, à medida em que pode frustrar o caráter competitivo da licitação.

O “Repertório” só pode ser analisado sob os 03 (três) ângulos descritos em seguida, e que se encontram na p. 94.

**7.2.** Na p. 96, quesito “Raciocínio Básico”, alínea “c”, na 1ª linha, **após** compreensão do ...”, **deve ser** incluída a palavra “problema”: foi omitida.

**7.3.** **Não há a folha de julgamento** de cada um dos Julgadores, para o quesito **“ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO”**. **É necessário incluir.**

Nestes termos, pede deferimento.

Espírito Santo - ES, 11 de dezembro de 2023.

*Alexandre Pedroni Lobo*

---

Alexandre Pedroni Lobo

PRESIDENTE

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SINAPRO/ES