



PREFEITURA MUNICIPAL DE IÚNA
Governo do Estado do ESPÍRITO SANTO

CAPA



98249179672021

Tipo, Espécie, Número e Ano

Processo, REQUERIMENTO Nº 003733/2021 - Externo

Data e Hora de Abertura

01/12/2021 13:11:31

Requerente

PREMIER PROPAGANDA EIRELI

Detalhamento

REQUER IMPUGNAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL NÚMERO 055/2021.

**AO ILUSTRE SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IUNA-ES**

IMPUGNAÇÃO

PREGÃO PRESENCIAL 055/2021

Objeto: - CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO.

PREMIER PROPAGANDA EIRELI, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº. 09.309.822/0001-23, com sede na Av. Rui Barbosa, nº749, Bairro Centro, Linhares/ES, neste ato representada por seu sócio proprietário **UBIRAJARA MACHADO FEU SEGUNDO**, brasileiro, casado, empresário, portador da C.I nº. 1.532.228/ES e do CPF nº. 053.525.987-56, residente e domiciliado na Rua Monsenhor Pedrinha, nº. 249, Aptoº. 201, Bairro Araçá, Linhares/ES, CEP: 29901-441, vem, através deste propor a presente **impugnação** conforme item 10 do presente edital regulador do certame.

Observamos que a presente impugnação observa o prazo legal de sua interposição, reconhecendo assim sua tempestividade e sua representatividade, visto que preliminarmente, verificando os autos do processo supracitado, constatamos que a peça exordial possui validade jurídica, haja vista que fora assinado por responsável legal e já qualificado nos autos.

O Procedimento Licitatório é o caminho pelo qual o administrador público se obriga a contratar com entes particulares ou outro ente da administração pública, a melhor proposta com o objetivo de realizar obras, serviços, compras e alienações, necessárias ao correto funcionamento deste ente público em questão.

DOS FATOS

Que a Comissão de Pregão da Prefeitura Municipal de Luna-ES, apresentou edital de licitação na modalidade de Pregão Presencia, para contratação de Assessoria de Comunicação, no entanto deixou de observar algumas regras para o intento, a escolha de sua modalidade, criação de subcomissão julgadora e Lei Federal especifica para tal contratação.

A presente contratação de Pregão Presencia **não é a recomendada para a contratação**, uma vez que os objetos de assessoria de comunicação tem por finalidade a execução de serviços de comunicação.

Pois bem, no item 7.6.1.2 exige que a empresa licitante deverá apresentar a comprovação de capacidade técnica de produção de matérias jornalísticas, vejamos:

7.6.1.2. As características semelhantes para comprovação da capacidade técnico-operacional da licitante, na forma do art. 30, II c/c P. 2., da Lei Federal n. 8.666/93, são, cumulativamente:

| QUALIFICAÇÃO TÉCNICO-OPERACIONAL | |
|----------------------------------|--|
| ITEM | SERVIÇO |
| 01 | Produção de matérias jornalísticas |
| 02 | Filmagem, edição e finalização de vídeos |
| 03 | Serviços fotográficos |
| 04 | Transmissões ao vivo |
| 05 | Divulgação em moto ou em carro de som |
| 06 | Pesquisa de Opinião Pública |

Consorte, a administração publica deixou de observar algumas regras, como as obrigações da empresa prestadora de serviços.

O Termo de Referencia –TR, trás consigo alguns critérios para execução dos serviços, assim podemos perceber não tratar-se de serviços comuns, inclusive

com as solicitações de profissionais, sendo assim, os serviços atendem a Lei 12.232/2010 e não a de nº 10.520/2002, vejamos:

2.4. Assessoria de comunicação

2.4.1. Os serviços de comunicação possibilitarão que as matérias a serem veiculadas tenham maior propriedade e eficiência ao retratar em audiovisual e mídia impressa e digital, um conteúdo específico das ações e políticas públicas de forma conjugada, não uma abordagem de um tema exclusivamente, como acontece a partir de solicitação de um produto contratando uma agência de publicidade e produtora de vídeo.

10. CONDIÇÕES DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

10.1. Dos serviços

10.1.1. Produção de matérias jornalísticas

10.1.1.1. A produção de matérias jornalísticas terá como destino:

10.1.1.1.1. O portal do município;

10.1.1.1.2. As redes sociais;

10.1.1.1.3. Os jornais, e;

10.1.1.1.4. As revistas de circulação na mídia.

10.1.1.2. A edição, serviços de jornalismo, redação, revisão e demais atividades pertinentes e relacionadas à efetivação das tarefas citadas para produção das matérias, deverá observar:

10.1.1.2.1. Periodicidade: Diariamente, de acordo com a produção das matérias pela contratada;

10.1.1.2.2. Produção: Todas as matérias deverão ser produzidas na área corporativa do Portal do Município de Lúna;

10.1.1.3. Os profissionais da empresa envolvidos neste serviço deverão participar das reuniões realizadas ou indicadas pelo responsável do setor de Comunicação da PMI;

10.1.1.5. Fazer revisão dos textos, correção ortográfica e gramatical das matérias jornalísticas.

10.1.1.6. A contratada será responsável pela alimentação do Portal do Município e redes sociais com textos e publicações pertinentes às finalidades da PMI.

10.1.1.7. Cabe à contratada o acompanhamento, clipagem e monitoramento de matérias veiculadas sobre a PMI em jornais impressos e na internet;

10.1.1.8. A CONTRATADA deverá realizar o acompanhamento, clipagem e monitoramento de matérias veiculadas sobre a PMI no rádio e na televisão, sendo de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Lúna o

pagamento dos materiais fornecidos pelas emissoras (CD's, DVD's, e outras mídias) em caso de cobrança.

10.1.1.9. Quando solicitado pela Prefeitura Municipal de Iúna, a contratada deverá produzir material para publicação em jornal e revista, mediante espaço adquirido pelo Executivo Municipal em outros veículos de comunicação.

10.1.2. Filmagem, edição e finalização de vídeos

10.1.2.1. Filmagem, edição e finalização com objetivo de documentar os programas realizados pela Prefeitura Municipal de Iúna para compor a memória institucional do município.

10.1.2.2. As imagens e entrevistas também serão utilizadas para a produção de vídeos institucionais, que serão exibidos em matérias jornalísticas, material promocional e para divulgação na internet, devendo ter caracteres com dados do evento.

10.1.2.3. A contratada disponibilizará repórter que entrevistará as autoridades, sociedade, lideranças, pessoas presentes nos eventos promovidos pela Prefeitura de Iúna.

São considerados, para fins da lei, "serviços de comunicação" o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuições de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

O Preâmbulo do edital em epígrafe, diz que as leis que serão usadas no certame são as de nº 8.666/93 e nº 10.520/2006, ocorre que a Lei apropriada é a de nº 12.232/2010, exclusiva para estes fins, ou seja, para a contratação desejada tem que ser usada esta última.

Nos termos da lei, nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Os serviços de publicidade referidos na lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento. Tal fato terá por efeito a exigência habilitatória referente a essa qualificação técnica, ou seja, a necessidade de apresentação do certificado pela licitante interessada no momento oportuno.

A lei exige como tipo de licitação a melhor técnica ou técnica e preço. Assim, nos termos do art.5º da Lei, as licitações previstas 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".

A instrução Normativa nº 003/2018, em seu art. 2º que as modalidades para contratação de serviços de comunicação deverão seguir os termos do art. 05 da Lei 12.232/2010, vejamos:

Art. 2º Estabelecer critérios para escolha do tipo de licitação nas contratações de serviços de publicidade dos órgãos e entidades do SICOM, nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232, de 2010, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993.

Desta feita, podemos verificar as modalidades da Lei 8.666/93 conforme ordenamentos jurídico e art. 22 da Lei 8.666/1993:

Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

Art. 22. São modalidades de licitação:

I - concorrência;

II - tomada de preços;

- III - convite;
- IV - concurso;
- V - leilão.

Podemos perceber que a Lei 12.232/2010 é subsidiada pela Lei 8.666/93 e **NÃO PELA 10.520/2002, QUE TRATA DA Lei de Pregão Presencial e Eletrônico.**

Ato Continuo, esta administração provocou um vicio licitatório, uma vez que não apresentou o **Edital de Chamamento Público** para escolhas dos membros efetivos e não efetivos para julgar as peças publicitarias, em conformidade com art. 10 da Lei Geral de Publicidade nº 12.232/2010.

Aduzidos aos fatos, a Lei Geral de Publicidade de nº 12.232/2010, traz em seu escopo, o art. 10, onde demonstra os meios de sua eficácia, onde serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

Vejamos ainda que, o preambulo do edital regulador do certame traz consigo a Lei 8.666/1993 como reguladora do certame, no entanto o equívoco desta r. comissão de licitação em observar que a Lei Federal 12.232/2010 é a única que regula o marco de contratações de agências de publicidade, o qual é o objeto desta seara, vejamos o que diz:

[LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.](#)

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

O Art. 10 § 2 diz que os mesmos deveriam serem cadastrados anteriormente, no entanto não ouve por parte desta administração qualquer CHAMANENTO PUBLICO para tal ato.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

Ocorre que a municipalidade deixou de cumprir um dos princípios basilares da Lei, chamada de Princípio de Vinculação ao Instrumento Convocatório, onde as regras não podem ser descumpridas ou modificadas pelo ente público ou privada.

Este princípio pode ser verificado no art. 41, caput, da Lei nº 8.666/93:

“A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital ao qual se acha estritamente vinculada”. O edital, neste caso, torna-se lei entre as partes, assemelhando-se a um contrato de adesão cujas cláusulas são elaboradas unilateralmente pelo Estado. Este mesmo princípio dá origem a outro que lhe é afeto, qual seja, o da inalterabilidade do instrumento convocatório.

Em sendo lei 12.232/2010, o Edital com os seus termos atrelam tanto à Administração, que estará estritamente subordinada a seus próprios atos, quanto às concorrentes – sabedoras do inteiro teor do certame, não podendo ser esta substituída ao bel prazer.

De fato, em regra, depois de publicado o Edital, não deve mais a Administração promover-lhe alterações até findo o certame, proibindo-se a existência de cláusulas ad hoc, salvo se inverso exigir o interesse público, manifestamente comprovado. Trata-se de garantia à moralidade e impessoalidade administrativa, bem como ao primado da segurança jurídica.

A respeito da necessidade de precisão do instrumento convocatório e de seus anexos, assim disciplina Marçal Justen Filho em sua obra “Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos”, 11ª edição, São Paulo: Dialética, 2005 – pág, 384:

"A maioria dos problemas práticos ocorridos em licitações deriva da equivocada elaboração do ato convocatório. Não seria exagero afirmar que os equívocos na elaboração dos editais constituem-se em fatores muito mais prejudiciais do que as complexidades ou defeitos da Lei nº. 8.666." [grifo nosso]

Desse modo, perceptível que os licitantes engajados no procedimento devem ter um tratamento adequado, onde não haja imprevistos de qualquer espécie. É evidente que, em situações atípicas, o edital pode ser modificado depois de publicado, observado certo procedimento adequado para tanto. Percebido que há um vício, que há um defeito, que há uma irregularidade, abre-se um processo para retificação e ratificação do edital.

É evidente que, em situações atípicas e em se tratando de cláusulas que não afetem o seu objeto, o edital pode ser modificado depois de publicado, observados certos procedimentos adequados para tanto, permitida a hipótese de retificação do edital. Assim, o Tribunal de OCntas da União em julgado TC 033.681/2015-5, definiu a modalidade concorrência para o serviços de comunicação, vejamos:

GRUPO I – CLASSE VI – 2ª CÂMARA

TC 033.681/2015-5.

Natureza: Representação.

Entidade: Agência Nacional de Águas (ANA).

Interessado: L2W3 Digital Ltda. (CNPJ 05.244.232/0001-09).

Representação legal: Cleber Oliveira de Medeiros (45111/OAB-DF) e outros, representando a L2W3 Digital Ltda. (CNPJ 05.244.232/0001-09).

SUMÁRIO: REPRESENTAÇÃO. PREGÃO ELETRÔNICO. AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS. SUPOSTA AUSÊNCIA DE CRITÉRIOS OBJETIVOS NO EDITAL E DESCUMPRIMENTO DA LEI 12.232/2010. PEDIDO DE CAUTELAR SUSPENSIVA. NÃO CARACTERIZAÇÃO DAS FALHAS APONTADAS. INEXISTÊNCIA DE PLAUSIBILIDADE JURÍDICA DO PLEITO. DÚVIDAS SOBRE A UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE CONCORRÊNCIA PARA O OBJETO LICITADO. ACÓRDÃO 657/2016-2ª CÂMARA. CONHECIMENTO. INDEFERIMENTO DA MEDIDA DE URGÊNCIA. OITIVA DA SECOM/PR. COMPATIBILIDADE DA MODALIDADE DE

CONCORRÊNCIA PARA OS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.
RECOMENDAÇÃO À SECOM/PR PARA A ADOÇÃO DE BOAS
PRÁTICAS.

...CONCLUSÃO

82. *Conclui-se que, no mérito, a presente representação deve ser considerada parcialmente procedente. A partir do exame dos esclarecimentos prestados pela Secom, entende-se que a adoção da modalidade licitatória da concorrência, tipo melhor técnica, para a contratação de serviços de comunicação digital, se mostra regular, ante a predominância do caráter intelectual e criativo na execução dos serviços, afastado o seu enquadramento na definição de serviços comuns, estabelecida na Lei 10.520/2002, em consonância com a jurisprudência do TCU (Acórdãos 601/2011, 2.471/2008 e 1.092/2014, todos do Plenário), conforme itens 37 a 74 desta instrução.*

83. *Todavia, considerando a função orientadora da Secom, além da contínua rotina de estudos e buscas pelo aprimoramento das contratações na área de comunicação por ela realizadas, entende-se adequado recomendar que avalie a possibilidade de adoção de boas práticas, a exemplo daquelas previstas na Lei 12.232/2010 (não identificação das propostas técnicas e subcomissão técnica composta por membros sorteados e instituída exclusivamente para avaliar as propostas técnicas), também para as licitações visando à contratação de serviços de comunicação digital...*

Que o Processo Licitatório da Pregão Presencia nº 055/2021, em seu edital definiu a modalidade sem sua devida justificativa, vejamos ainda o que diz o TCU *conforme exposto nos Acórdãos 1597/2010, 1287/2008, 313/2004, todos do Plenário* quando convocado para julgar um pedido de reconsideração, vez que o procedimento era de concorrência e as licitantes gostaria que fosse pregão, o próprio Tribunal reconheceu a **Modalidade de Concorrência para os serviços de assessoria de comunicação como intelectual**, sendo assim não caberia aplicar a modalidade pregão, vejamos:

323.2 – Os serviços de assessoria de imprensa, clipping, media training e monitoramento de redes sociais devem ser contratados mediante procedimentos licitatórios, observado o devido parcelamento, na modalidade pregão, por se tratar de serviços comuns, e não por meio de licitações do tipo melhor técnica ou técnica e preço, pois não se enquadram na definição de serviços de

publicidade constante do art. 2º da Lei 12.232/2010. O Plenário do TCU apreciou representação a respeito de irregularidades em concorrência promovida pelo Conselho Federal de Enfermagem (Cofen), objetivando a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços técnicos e de suporte às atividades de comunicação e assessoria de imprensa, incluindo atendimento à imprensa, *media training*, *clipping* e monitoramento de redes sociais. Além de outros aspectos, os questionamentos versaram sobre a escolha da modalidade concorrência, tipo melhor técnica, em vez de pregão, e do não parcelamento do objeto da licitação. Apenas quanto ao serviço de *clipping*, a própria entidade reconheceu, em sede de oitiva, a pertinência de ser licitado por meio de pregão e de forma separada. Quanto aos demais serviços, a unidade técnica especializada que instruiu o feito observou não ser possível *"equiparar os serviços de assessoria de imprensa a serviços de publicidade, com a consequente utilização de licitação por melhor técnica ou técnica e preço, ante a vedação contida no art. 2º, § 2º, da Lei 12.232/2010"*, sendo que o mesmo raciocínio se aplicaria *"aos serviços de media training e monitoramento de redes sociais previstos no objeto da concorrência em tela, uma vez que não se enquadram na definição de serviços de publicidade constante do art. 2º da Lei 12.232/2010"*. Além disso, refutou o argumento de que a complexidade dos serviços afastaria a possibilidade de realização de pregão, pois *"serviço comum é aquele que possui padrões de qualidade passíveis de serem objetivamente definidos, independentemente da sua complexidade, conforme exposto nos Acórdãos 1597/2010, 1287/2008, 313/2004, todos do Plenário"*. Assim, com base na jurisprudência do TCU proferida em casos semelhantes, a unidade técnica especializada defendeu que os serviços de assessoria de imprensa, *media training* e monitoramento de redes sociais podem ser objetivamente definidos e licitados mediante pregão. Acerca do não parcelamento do objeto, entendeu a unidade instrutora não terem sido apresentadas razões técnicas que justificassem a medida. Acolhendo tal análise, o relator concluiu *"ter ficado demonstrado que os serviços objeto do certame em foco devem ser licitados mediante pregão e com o devido parcelamento"*, motivo pelo qual, e também em razão de outras falhas, votou pela procedência da representação e pela expedição de determinação com vistas à anulação do certame, no que foi seguido pelo Colegiado. **Acórdão 1074/2017 Plenário, Representação, Relator Ministro-Substituto Augusto Sherman.**

Um dos mais aspectos mais relevantes no campo do direito administrativo, onde, como é natural, a supremacia do Estado se antepõe aos particulares, é o referente à sistemática dos meios de defesa processuais reconhecidos pela legislação a favor dos administrados no campo dos diversos processos administrativos existentes, dentre os quais se situa o processo de licitação, sendo assim o Tribunal Regional Federal 4ª Região adotou a Lei 12.232/2010 na modalidade de concorrência, conforme *in verbis*:

“Administrativo. Licitação. Pregão. Lei nº 10.520/2002. Aquisição de serviços e bens comuns. Serviços de comunicação. 1. Nos termos do art. 1º da Lei nº 10.520/2000, aplicável em âmbito nacional, o pregão somente é cabível para aquisição de ‘bens e serviços comuns’, conceituados por lei como ‘aqueles cujos padrões de desempenho e qualidade possam ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais no mercado’. 2. Há manifesta ilegalidade na utilização da licitação na modalidade pregão para contratação de serviços terceirizados de Comunicação, destinados à Assessoria de Comunicação Social da UFPR, eis que de natureza intelectual.” (TRF 4ª R. – Ap-RN 5034357-30.2014.4.04.7000 – 4ª T. – Rel. Cândido Alfredo Silva Leal Junior – J. 06.07.2016)

Face ao exposto, ficando claro que houve grave violação dos princípios norteantes de Direito e ofensa às disposições legais, eis que esta Administração não agiu dentro de todos os ditames legais e calcada em todos os princípios que sempre nortearam seus atos, OPINO conhecer da impugnação, dar-lhe provimento modificando as condições constantes no Edital.

DO PEDIDO

Diante do exposto, solicito que seja dado provimento ao recurso pelos fatos e razões acima aduzidos, assim sendo, resolver CONHECER da IMPUGNAÇÃO por sua tempestividade e representatividade interposto pela empresa PREMIER PROPAGANDA EIRELI, para no mérito:

Julgar PROCEDENTE a impugnação pela motivação exposta.

- Que seja realizada a abertura para inscrição de profissionais de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e/ou Marketing;
- Que seja criada a Subcomissão julgadora da presente contratação;
- Que seja procedida a modificação da Lei Geral de Licitações 8.666/1993 para Lei Geral de Licitações de Publicidade 12.232/2010;
- Que a modalidade seja modificada para Concorrência Pública.

UBIRAJARA
MACHADO FEU
SEGUNDO:053525
98756

Assinado de forma digital por
UBIRAJARA MACHADO FEU
SEGUNDO:05352598756
Dados: 2021.11.24 17:59:29
-03'00'

Ubirajara Machado Fêu Segundo
Premier Propaganda Eireli
09.309.822/0001-23

PREMIER
PROPAGANDA
A
EIRELI:093098
22000123

Assinado de forma
digital por PREMIER
PROPAGANDA
EIRELI:09309822000
123
Dados: 2021.11.24
18:00:10 -03'00'

CONSOLIDAÇÃO DA EMPRESA
“PREMIER PROPAGANDA EIRELI”
CNPJ: 09.309.822/0001-23

UBIRAJARA MACHADO FEU SEGUNDO, brasileiro, casado, sob o regime comunhão parcial de bens, empresário, nascido em 31/05/1981, inscrito no CPF.MF sob nº 053.525.987-56, Carteira de Identidade nº 1.532.228 SSP/ES, residente e domiciliado na Rua Monsenhor Pedrinha, nº 249, apto 102, Bairro Araça, Linhares-ES, CEP: 29901-441, titular da empresa **“PREMIER PROPAGANDA EIRELI**, com sede e foro jurídico na Av. Rui Barbosa, 746, Edifício Ipe, Sala 201, Centro, Linhares-ES – CEP: 29900-072, com Ato Constitutivo arquivado na Junta Comercial do Estado do Espírito Santo, sob Nº 32600253046, em 17/01/2008, inscrita no C.N.P.J. Nº 09.309.822/0001-23, resolve proceder consolidação, que passara a vigorar com a seguinte redação:

CONSOLIDAÇÃO

CLAUSULA PRIMEIRA DENOMINAÇÃO SOCIAL E ENDEREÇO

A empresa, nos termos da legislação em vigor, terá a razão social de **PREMIER PROPAGANDA EIRELI**, situada na **Av. Rui Barbosa, 746, Edifício Ipe, Sala 201, Centro, Linhares-ES – CEP: 29900-072.**

CLAUSULA SEGUNDA INÍCIO DE ATIVIDADE E DURAÇÃO

A empresa inicia suas atividades a partir da data do Contrato primitivo, ou seja, 17/01/2008, sendo seu prazo de duração indeterminado, podendo a qualquer tempo extinguir-se, abrir e fechar filiais em qualquer localidade do Território Nacional, onde convenha ao seu interesse.

CLAUSULA TERCEIRA OBJETIVO COMERCIAL

A empresa terá por objetivo a exploração do ramo de:

7311-4/00 – AGENCIA DE PUBLICIDADE;

Objeto Social:

Agencia de publicidade e propaganda, empresa especializada no metodos, na arte e na tecnica publicitarias, atraves de profissionais a seu servico que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veiculos de comunicacao, por ordem e conta de clientes anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, servicos e imagem, difundir ideias ou informar o publico a respeito de organizacoes ou instituicoes a que servem

000575 15
A. ④

CONSOLIDAÇÃO DA EMPRESA
“PREMIER PROPAGANDA EIRELI”
CNPJ: 09.309.822/0001-23

2

CLAUSULA QUARTA

CAPITAL

O capital da empresa é de R\$ 99.800,00 (noventa e nove mil e oitocentos reais), divididos em 99.800 (noventa e nove mil e oitocentas mil) quotas no valor unitário de R\$ 1,00 (hum real), sendo:

| | |
|--------------------------------------|---|
| UBIRAJARA MACHADO FEU SEGUNDO | 99.800 cotas – R\$ 1,00 – R\$ 99.800,00 |
| TOTAL | 99.800 cotas – R\$ 1,00 - R\$ 99.800,00 |

Parágrafo Único - O capital e totalmente integralizado.

CLAUSULA QUINTA

RESPONSABILIDADE DO TITULAR

A responsabilidade do titular é restrita ao valor do capital integralizado.

CLAUSULA SEXTA

DA ADMINISTRAÇÃO

A administração da empresa caberá isoladamente a **UBIRAJARA MACHADO FEU SEGUNDO**, com os poderes e atribuições de representação ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto, sempre de interesse da empresa, autorizado o uso do nome empresarial.

CLAUSULA SETIMA
E PERDAS

DO BALANÇO PATRIMONIAL DOS LUCROS

Ao término de cada exercício da empresa, em 31 de dezembro, proceder-se-à elaboração do Inventário, Balanço Patrimonial e o Balanço de Resultado Econômico, cabendo ao titular, os lucros ou perdas apurados.

CLAUSULA OITAVA

DO FALECIMENTO

Falecendo ou interditado o titular, a empresa continuara sua atividade com os herdeiros ou sucessores. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da empresa, a data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

CLÁUSULA NONA

DA DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO

CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA EMPRESA
“PREMIER PROPAGANDA EIRELI”
CNPJ: 09.309.822/0001-23

3

O ADMINISTRADOR declara sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da empresa por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA DECIMA – O titular da empresa declara, sob as penas da lei, que não participa de outra empresa da mesma modalidade, estando desimpedido para constituir a presente EIRELI.

CLAUSULA DECIMA PRIMEIRA

DO FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Linhares, Estado do Espírito Santo, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste ato constitutivo.

E por estarem assim justos e contratados, assinam este Instrumento Particular de Consolidação, lavrado em 1 (UMA) via de igual teor e forma, a fim de que se produzam os devidos efeitos legais e jurídicos.

Linhares-ES., 04 de março de 2020.


UBIRAJARA MACHADO FEU SEGUNDO

CERTIFICO O REGISTRO EM 23/03/2020 12:15 SOB Nº 20200131575.
PROTOCOLO: 200131575 DE 10/03/2020. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
12001337416. NIRE: 32600253046.
PREMIER PROPAGANDA EIRELI



Paulo Cezar Juffo
SECRETÁRIO-GERAL
VITÓRIA, 23/03/2020
www.simplifica.es.gov.br

500577 17
ml. ④



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA

| | | | |
|---|---|--|----------|
| NÚMERO DE INSCRIÇÃO 09.309.822/0001-23 MATRIZ | COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL | DATA DE ABERTURA 17/01/2008 | |
| NOME EMPRESARIAL PREMIER PROPAGANDA EIRELI | | | |
| TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) VIVA PROPAGANDA | | PORTE ME | |
| CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÓMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade | | | |
| CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDÁRIAS Não informada | | | |
| CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 230-5 - Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Empresári | | | |
| LOGRADOURO AV RUI BARBOSA | NÚMERO 746 | COMPLEMENTO EDIF IPE SALA 201 | |
| CEP 29.900-072 | BAIRRO/DISTRITO CENTRO | MUNICÍPIO LINHARES | UF ES |
| ENDEREÇO ELETRÔNICO | | TELEFONE (27) 3371-5656/ (27) 9849-0862 | |
| ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) ***** | | | |
| SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA | | DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 17/01/2008 | |
| MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL | | | |
| SITUAÇÃO ESPECIAL ***** | | DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL ***** | |

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia 24/03/2020 às 16:07:39 (data e hora de Brasília).

Página: 1/1



PREFEITURA MUNICIPAL DE IÚNA

COMPROVANTE DE DESPACHO

ORIGEM

Local (Setor) **SETOR DE PROTOCOLO**
Remessa Nº **000075200**
Responsável **ANNE ELISE FIRMINO DA SILVA**
Data e Hora **01/12/2021 14:12:28**
Despacho **ENCAMINHO OS AUTOS AO SETOR PARA ANÁLISE E PROVIDÊNCIAS.**

IÚNA, 01 de dezembro de 2021


ANNE ELISE FIRMINO DA SILVA
SETOR DE PROTOCOLO

PROTOCOLO(S)

Processo, REQUERIMENTO Nº 003733/2021 - Externo
PREMIER PROPAGANDA EIRELI
REQUERIMENTO - <não definido>

REQUER IMPUGNAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL NÚMERO 055/2021.

RECEBIMENTO

Local (Setor) **SETOR DE LICITAÇÃO**

Responsável _____

IÚNA, 01/12/21 21


SETOR DE LICITAÇÃO