FICHA DO PROTOCOLO / PROCESSO

NÚMERO: **0100003808 / 2025** **TIPO:** PROTOCOLO

DATA: 22/05/2025 **HORA:** 11:47:51 **RESPONSÁVEL:** CAROLINE DE OLIVEIRA FOLSTER

PRAZO PARA ENTREGA*: 15 DIAS

INTERESSADO: 000662 SINDICATO DAS AGENCIAS DE PROPAGANDA SP - SINAPRO

ASSUNTO
PREGÃO - IMPUGNAÇÃO AO EDITAL PREGÃO ELETRONICO

DADOS DO PROTOCOLO/PROCESSO Chave Web: 1P2247R115E100003808
PREGÃO - IMPUGNAÇÃO AO EDITAL PREGÃO ELETRONICO

PROTOCOLANTE:
CPF do PROTOCOLANTE:
RG do PROTOCOLANTE:

DETALHES DO TRAMITE

ITEM 2 **DATA TRAM.:** 22/05/2025 Hora Tramite: **RECEBIDO:** 0

SETOR ANTERIOR: PROTOCOLO **SETOR ATUAL:** SETOR DE LICITAÇÕES

SETOR DESTINO:

RELATOR: **PARECER:** ENCAMINHADO

DESCRIÇÃO DO PARECER

Gmail José Ferreira Neto <neto.compraspmeti@gmail.com>

Contratação de Serviços de Publicidade - Ref. Pregão Eletrônico n. 036/2025

1 mensagem

Patricia Alexandre <patricia.alexandre@sinaprosp.org.br> 21 de maio de 2025 às 18:30
Para: "compras@ibitinga.sp.gov.br" <compras@ibitinga.sp.gov.br>, "Neto.compraspmeti@gmail.com" <Neto.compraspmeti@gmail.com>
Cc: Roberto Tourinho <presidencia@sinaprosp.org.br>

A/C.: **ILMO(A) SR.(A) PREGOEIRO DA PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE IBITINGA**

O Sinapro SP, vem através deste apresentar as observações e recomendações conforme documento anexo, Ref. Pregão Eletrônico n. 036/2025.

Agradeço antecipadamente a atenção !!!

Abs e obg

Sinapro SÃO PAULO
www.sinaprosp.org.br/home

PATRICIA ALEXANDRE
Diretora Executiva

Tel. 11- 3035-0099 11- 91162-0197

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1656 – 2°.A – Cj 21
CEP.: 01451-001 – Jd. Paulista – SP - BR

Antes de imprimir, pense em sua responsabilidade com o MEIO AMBIENTE

Curta nossas redes sociais:

https://www.facebook.com/SinaproSP

https://www.instagram.com/sinaproSP

https://www.linkedin.com/company/sinapro-sp/

3 anexos

ATA DE POSSE - JUNHO 2023 .pdf
2088K

Estatuto_social_completo.pdf
7245K

Impugnação Pref Ibitinga - assinado.pdf
314K

ILMO(A) SR.(A) PREGOEIRO DA PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE IBITINGA

Ref. Pregão Eletrônico n. 036/2025
Processo Administrativo n. 3.565/2025
Processo de Despesa n. 079/2025
Contratação de Serviços de Publicidade
Email compras@ibitinga.sp.gov.br
Neto.compraspmeti@gmail.com

O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO SP, entidade representativa da categoria econômica das agências de publicidade no Estado de São Paulo, com sede na Avenida Brigadeiro Faria Lima n 1656, 2° andar, conj. 21, Jd. Paulistano, São Paulo-SP, inscrito no CNPJ sob n° 62.638.994/0001-23, vem, por seu Presidente que esta subscreve, respeitosamente, a V.Sa. para apresentar a presente **IMPUGNAÇÃO** ao edital do Pregão Eletrônico em epígrafe, para a Contratação de Serviços Publicitário, pelos motivos a seguir deduzidos.

I – INTUITO DA PRESENTE IMPUGNAÇÃO

1 - Esta entidade tem, dentre outras funções, a de colaborar com entes públicos e privados na realização de certames públicos destinados à contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, assim como zelar pela correta aplicação das disposições legais que norteiam a atividade publicitária.

2 - Assim, examinando o edital de licitação de Pregão Eletrônico em epígrafe, constatamos a sua evidente irregularidade, pelos motivos abaixo deduzidos.

3 - Ressaltamos que o intuito desta impugnação é, primordialmente, contribuir para que o processo licitatório se dê de forma absolutamente hígida.

II – OBJETO DO PREGÃO

4 – O objeto do pregão é a contratação de empresa especializada em propaganda para atender às necessidades de divulgação do município através de propaganda televisiva e radiodifusão, alusivo ao evento turístico 49°. Feira do Bordado de Ibitinga.

III – DA INVIABILIDADE DA ADOÇÃO DE PREGÃO PARA A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS

5 – A contratação de serviços publicitários, inclusive para a distribuição de mídia, pela Administração Pública, em todas as suas esferas (Federal, Estadual e Municipal), é regida pelas disposições da Lei Federal 12.232/2010 e Lei 4.680/65. Além delas, são aplicáveis as disposições da lei 14.133/21 e demais normativos correlatos,

além das disposições desse próprio Edital.

O Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO SP, na condição de entidade representativa da categoria econômica das agências de publicidade em âmbito estadual, formula a presente impugnação ao procedimento instaurado por essa municipalidade, destinado à contratação de serviços publicitários adotando o PREGÃO.

O procedimento adotado por essa Prefeitura exclui ostensivamente a lei 12.232/2010 como base legal do procedimento licitatório.

6 – Como é sabido, a lei 12.232/2010 é a lei específica para a contratação de serviços publicitários pela Administração Pública, conforme se verifica de seu artigo 1° e 2°:

"Art. 1°. 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.

Parágrafo 1°. Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.
Parágrafo 2°. As leis ns. 4.680/65/65 e 8.666/93 serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta lei, de forma complementar."

Art. 2°. Para fins desta lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 a distribuição 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."

Portanto, fica expressivamente claro, que a atividade publicitária tem a finalidade essencial, fundamental, precípua, de tornar público os atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, com caráter educativo, informativo ou de orientação social (Constituição Federal, artigo 37, parágrafo 1°).

RT

7 – A lei 12.232/2010 estabelece normas gerais sobre licitações e contratações de serviços publicitários pela Administração Pública em todas as esferas da Administração Pública (Poder Executivo, Legislativo e Judiciário) e nos âmbitos federal, estaduais e municipais e impõe que sejam tais serviços prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda.

Desde a edição dessa lei, as licitações de publicidade por qualquer ente público, objetivando a contratação dos serviços de publicidade, devem observar as disposições da referida lei, aplicando-se, apenas complementarmente, as leis n. 4.680/65 e a lei 14.133/21.

Os serviços de publicidade são específicos, têm natureza intelectual e envolvem complexidade que os incompatibilizam ser contratados através de Pregão.

8 - A divulgação das campanhas publicitárias institucionais dos entes públicos depende da criação, concepção, estudo prévio, elaboração e produção de peças e campanhas, intermediação e supervisão dos trabalhos de produção externa e de veiculação, nos expressos termos do artigo 2° da Lei 12.232/2010.

A mídia não pode ser adquirida sem que haja um planejamento de mídia técnica, desenvolvida por agência de publicidade, que é pessoa jurídica especializada para esse fim.

O conteúdo dessas campanhas e peças publicitárias, a serem veiculadas, deve ser efetivamente informativo, de orientação, de fins educativos e de utilidade pública para os munícipes, nos expressos termos da Constituição Federal Brasileira

Para qualquer contratação de serviços publicitários por entidades públicas, deve ser utilizada o processo licitatório estabelecido pela Lei 12.232/2010, bem como a Lei 4.680/65.

É imperioso consignar que o artigo 3° da lei 4.680/65 define a agência de publicidade como a "*pessoa jurídica e especializada na arte e técnica publicitárias, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público*", de modo que além da "execução de material de divulgação", por meio da compra de espaço e tempo, a agência planeja e cria anúncios através de arte e técnica, coordenando a produção de referidos

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1656 - 2° andar - Cj. 21 - São Paulo – SP
Tel.: (11) 3035-0099 | @sinaprosp.org.br

materiais junto a fornecedores e, por fim, os distribui aos meios de comunicação mais adequados, segundo um plano de mídia por ela elaborado, para atingir o público-alvo do serviço e/ou produto anunciado.

As atividades de uma agência de publicidade, além da sua definição no já citado artigo 3° da Lei 4.680/65, também está relacionada, exemplificativamente, nas Normas Padrão da Atividade Publicitária, em seu ítem 3.1 e subitens, bem como na atual Lei de Licitações de Serviços Publicitários, de n. 12.232/2010, que dispõe em seu artigo 2°:

"Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades, realizadas integradamente 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 a distribuição 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."

E é complementado pelos seus parágrafos 1° e 2°.

A pretendida adoção de PREGÃO, por essa Prefeitura, para contratar tais tipos de serviços, é impedida pela Lei 12.232/2010.

Os serviços publicitários, inclusive a distribuição de peças e campanhas publicitárias para serem divulgadas através de veículos de comunicação, não são considerados de natureza comum, e sim especializados, como tal reconhecidos tanto pela lei 12.232/2010 quanto pela atual lei geral de licitações, de n. 14.133/21, mas exigem que sua contratação se dê através de procedimento licitatório:
Ocorre que, diferentemente da previsão prevista no Edital impugnado, os serviços publicitários são de natureza eminentemente intelectual e, portanto, não abarcados pelo conceito de serviços COMUNS. São de notória especialização, cujo reconhecimento público atesta a alta capacidade profissional daqueles que deles participam, algo mais que a simples habilitação profissional. Dessa forma, os serviços publicitários deverão ser EXAMINADOS E AVALIADOS, não apenas pelo seu preço, mas pela técnica necessária a persecução do correto atingimento do objeto contratado, o que afasta, desde então, qualquer outra modalidade que não a concorrência.

Corroborando tal entendimento a Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, a qual dispõe sobre as normas gerais para licitações e contratações de serviços de publicidade, pela administração pública, direta e indireta, das quais se inclui essa Municipalidade e que prevê, expressamente, a adoção obrigatória dos tipos "melhor técnica" ou

"técnica e preço", pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, *in verbis:*

Art. 5º 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". (grifo nosso).

Cumpre observar, ainda, que para fins de aplicação da Lei em comento, conforme acima já destacado, são considerados serviços de publicidade, tal como dispõe o art. 2º da Lei 12.232/10, *"o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral".*

Indiscutível, portanto, que o objeto contido no presente procedimento licitatório está inserido no rol de serviços publicitários a serem executados, de forma exclusiva, por agências de publicidade, sendo certo que sua adequação às disposições legais é medida que se impõe.

Resta evidenciada, portanto, a manifesta nulidade do presente procedimento, o qual não observa a regras atinentes à matéria, impondo séria mácula ao certame e ao eventual contrato, que lhe sobrevier.

No mesmo sentido é a Nota Técnica do CENP – Forum de Autorregulação do Mercado Publicitário, da lavra do ilustre Consultor Jurídico daquela entidade, dr. João Luiz Faria Neto:

"NOTA TÉCNICA

A contratação de serviços de publicidade por entes públicos de qualquer dos poderes da União, Estados e Municípios só pode ser feita através de Agências de Publicidade, pessoas jurídicas de características próprias e que, para participarem de certames seletivos e serem contratadas, devem contar com certificação de qualificação técnica. A lei que regula e normatiza a contratação dos serviços publicitários não faz qualquer exceção ou permite entendimento diferente. É o que ensina Marçal Justen Filho em (Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração - Lei nº 12.232/2010 - Editora Fórum – 2020, pag.147).

Diz, in verbis:

"1. A obrigatória contratação de agência de Publicidade

Diversos dispositivos da Lei 12.232/10 preveem a obrigatoriedade da contratação dos serviços de publicidade por meio de agência de propaganda. O art. 4º dispõe sobre o tema de modo mais detalhado. A figura da agência de propaganda desenvolveu-se no âmbito do direito privado e recebeu tratamento jurídico

específico e próprio. A configuração de uma agência de propaganda, para fins da lei 12.232/10, depende da obtenção de certificação específica perante o Cenp ou entidade equivalente "legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda."

E mais:

"A utilização dos serviços de agência de publicidade.

Em princípio e em vista das leis 4.680 e 12.232 a atividade publicitária da Administração Pública exige a intermediação de uma agência de publicidade. Essa disciplina normativa não é afetada pela natureza do veículo de divulgação utilizado. A disciplina da atuação das agências de publicidade não foi reservada exclusivamente para a publicidade desenvolvida por meio dos veículos de divulgação tradicionais. Compreende, inclusive, novas soluções tecnológicas." (idem, pag. 149).

O art. 1° da Lei 12.232/10 é claro:

"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."

Lembra o mesmo autor, quando analisa a obrigatoriedade:

"Pode-se admitir que qualquer sujeito disporia de autonomia para desenvolver a atividade de publicidade. Mesmo no âmbito privado, no entanto, essa é uma situação diferenciada. [...] as características dos serviços especializados de publicidade conduzem à inadequação do seu desempenho por sujeitos destituídos do profissionalismo e do conhecimento peculiares. O serviço de publicidade é alicerçado numa pluralidade de informações, acessíveis apenas a empresas especializadas. Envolvem o cumprimento de regras de conteúdo e o relacionamento com uma pluralidade de terceiros também especialistas. A regra legal reflete o reconhecimento de uma assimetria cognitiva insuperável. Por maiores que sejam as habilidades dos agentes públicos, elas sempre serão insuficientes para a obtenção e resultados satisfatórios." (idem, pag. 70)

Além desta particularidade que coloca a publicidade na intersecção entre arte e técnica, e atualmente cada dia mais técnica, ressalte-se que a atividade exercida interna e externamente pelas agências, tem o seu fim na veiculação, o que implica em serviço prestado por um terceiro de superior abrangência que, ao fim e ao cabo, realiza o objetivo da comunicação publicitária.

A lei, com sabedoria, explicitou dois termos definidores, o necessariamente, já destacado neste documento, para dizer que a publicidade de ente público seja prestada através da agência de publicidade, e integradamente, quando trata do serviço propriamente dito:

"Para fins desta lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objeto o estudo, o planejamento, a

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1656 - 2° andar - Cj. 21 - São Paulo – SP
Tel.: (11) 3035-0099 | @sinaprosp.org.br

conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição 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."

A integralidade de que trata e determina a lei evita que o contratante público, que está agindo em nome do público, isto é do povo, resolva a seu bel-prazer dividir as tarefas da publicidade, tornando-a inorgânica, sem a lógica, por exemplo, que determina que a criação da peça publicitária, responda ao que indicou o estudo/planejamento de um determinado problema de comunicação, que tenha conceituação correta, para uma criação criativa que possibilite um programa de mídia que seja correto em termos de atingimento ao público-alvo identificado.

É de se imaginar que a estrutura de poder da União e dos Estados e Capitais entendam que a publicidade não seja uma atividade fim, mas instrumento importante para manter a população informada, respeitadas as vedações relacionadas à impessoalidade e o interesse público, como exige o art. 37 da Constituição Federal. Ocorre, no entanto, que no país profundo como o Brasil, nem sempre, isso ocorre.

Somos, reconheça-se, pródigos na formação de comunicadores, que resulta na oferta de mão de obra não especializada em publicidade para a montagem amadora das assessorias que já foram de imprensa e transformaram-se, há muito, em estranhos organismos de acionamento de mensagens digitais. Logo, multiplica-se os casos de contratação de serviços de publicidade fora do que determina a lei, que é clara. Em síntese:

1. *Todo serviço de publicidade de ente público só pode ser realizado através de agências de publicidade;*

2. *Toda contratação deve ser feita nos termos do que dispõe a lei 12.232/10;*

3. *A contratação só pode ser feita através de licitação pública, nos termos do que determinam as leis 12.232/10, que cuida da publicidade, e 14.133/21, a lei geral das licitações, que, para as licitações de publicidade, tomou o lugar da lei 8.666/93, que junto à Lei 4.680/65, são dispositivos complementares à legislação de comando;*

Diante do exposto, e para clareza de entendimento geral, é ilegal a prestação de serviços publicitários que não seja através de Agências de Publicidade e estas devem ser contratadas mediante processos licitatórios seguindo o que determina o art. 5° da lei 12.232/10:

"As licitações previstas nesta lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22

da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos de 'melhor técnica' ou 'técnica e preço'."

O artigo citado da lei 12.232/10 foi substituído pelo art. 28 da Lei 14.133/21, que inclui: I – pregão, II – concorrência, III – concurso, IV – leilão e IV – diálogo competitivo.

Vale salientar que o pregão não pode ser utilizado na contratação de publicidade.

Para Marçal Justen Filho o "resultado prático da adoção do pregão tem sido a comprovação da tese acadêmica da seleção adversa. [....] Em suma: a generalização do pregão propicia o autoengano da Administração Pública. Visando desembolsar o menor preço possível para obter um produto apto a satisfazer suas necessidades, a Administração adota uma sistemática orientada por critérios defeituosos, que conduzirão previsivelmente a uma contratação não satisfatória." (idem, pag. 445 – Comentários à Lei de Licitações e Contratações Públicas – Ed. Revista dos Tribunais, 2021).

Diz a lei n° 14.133/21, a nova Lei Geral de Licitações, que atua, na publicidade, como complemento da Lei 12.232/10, no parágrafo único do art. 29:

"O pregão não se aplica às contratações de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual e de obras e serviços de engenharia, exceto os serviços de engenharia de que trata a alínea 'a' do inciso XXI do caput do art. 6° desta lei."

A clareza do artigo, espera-se, afastará por definitivo a seleção adversa que grassou, especialmente nas Prefeitura de pequenos municípios do país.

Resta, neste campo, abordar o chamado Registro de Preços, prática, no caso da publicidade, contra a lei, que se espalhou por algumas regiões do país. O que para alguns bens comuns pode ser vantajoso para o setor público, não tem amparo ou viabilidade na área de publicidade. A começar por uma lógica de origem: a publicidade não é coisa quantificável ou serviço que possa ser previsto com antecedência. Não se pode fazer estoque de tempo/espaço de veículos ou prever o que a administração pública vá necessitar de alguma comunicação publicitária, o que depende de diversos fatores, incluindo os da ordem de saúde pública e razões climáticas, os tempos de crise que exige esclarecimento público permanente.

Por outro lado, na prática ilegal que se conhece, o ente público faz a convocação de veículos de uma determinada área para o registro de preços, sem atentar para qualquer preocupação técnica que selecione aqueles que atendam ao público-alvo desejado e indicado pelas pesquisas com as quais se trabalha os planos de mídia. (.....).

RT

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1656 - 2° andar - Cj. 21 - São Paulo – SP
Tel.: (11) 3035-0099 | @sinaprosp.org.br

Ressaltamos que tais considerações são feitas por esta Entidade no intuito exclusivo de colaborar com entidades públicas e privadas em âmbito estadual, pelo que enfatizamos a V.Sas. que alterem o procedimento escolhido, excluindo o Pregão e adotando uma das modalidades possíveis, de acordo com a verba a ser aplicada.

É o que se requer.

São Paulo/Ibitinga, 21 de maio de 2025.

Roberto Tourinho

ROBERTO TOURINHO PEREIRA DANTAS
Presidente
Anexos: Estatuto Social e ata de eleição da Diretoria.

Impugnação Pref Ibitinga

Final Audit Report 2025-05-21

Created:	2025-05-21
By:	patricia regina alexandre (patricia.alexandre@sinaprosp.org.br)
Status:	Signed
Transaction ID:	CBJCHBCAABAApRdWh4qTuFPF2VpzlXpAmhVNN4-4joBV

"Impugnação Pref Ibitinga" History

Document created by patricia regina alexandre (patricia.alexandre@sinaprosp.org.br)
2025-05-21 - 8:46:03 PM GMT

Document emailed to presidencia@sinaprosp.org.br for signature
2025-05-21 - 8:48:03 PM GMT

Email viewed by presidencia@sinaprosp.org.br
2025-05-21 - 9:27:06 PM GMT

Signer presidencia@sinaprosp.org.br entered name at signing as Roberto Tourinho
2025-05-21 - 9:28:20 PM GMT

Document e-signed by Roberto Tourinho (presidencia@sinaprosp.org.br)
Signature Date: 2025-05-21 - 9:28:22 PM GMT - Time Source: server

Agreement completed.
2025-05-21 - 9:28:22 PM GMT

Adobe Acrobat Sign

Página
000007/000047

Registro Nº
711.633
22/08/2023

Protocolo nº 425.773 de 24/07/2023 às 16:30:08h: Documento **registrado eletronicamente para fins de publicidade e/ou eficácia contra terceiros** sob nº **711.633** em **22/08/2023** e averbado no registro nº 245666/92 neste **4º Oficial de Registro Civil de Pessoas Jurídicas da Comarca de São Paulo**. Assinado digitalmente por Cesar Augusto Lima de Avelar - Escrevente.

Oficial	Estado	Secretaria Fazenda	Reg. Civil	T. Justiça	M. Público	ISS	Condução	Despesas	Total
R$ 338,95	R$ 96,71	R$ 66,02	R$ 17,90	R$ 23,08	R$ 16,36	R$ 7,30	R$ 0,00	R$ 0,00	[illegible]

Sinapro
SÃO PAULO

ATA DE POSSE E DISTRIBUIÇÃO DOS CARGOS DOS MEMBROS EFETIVOS DA DIRETORIA, SUPLENTES E DO CONSELHO FISCAL DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP, CNPJ 62.638.994/0001-23, REALIZADA NO DIA 16 DE JUNHO DE 2023

Aos 16 (dezesseis) dias do mês de junho de 2023, às 16 (dezesseis) horas, na sede social da Entidade, situada na Av. Brigadeiro Faria Lima, 1656 – 2º andar – cj. 21, Jd. Paulistano, São Paulo – Capital, realizou-se a posse e distribuição de cargos dos membros efetivos da Diretoria, Suplentes e do Conselho Fiscal do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP, eleitos em Assembleia Geral Eleitoral, realizada no dia 15 de junho de 2023, com início às 10 (dez) horas e encerramento às 16h, conforme Edital de Convocação publicado em 12 (doze) de maio de 2023, quando completados os votos necessários das agências filiadas em condição de votar e de acordo com os Estatutos Sociais, conforme art. 19 - § único e art. 26 - § 1º e § 3º. Do total de 202 agências filiadas, 188 agências tinham condições de votar. Dessas agências em condições de votar, 29 agências votaram, sendo que 03 agências enviaram credenciamento para voto, e com procuração não teve nenhum voto, conforme lista de votantes. Abertos os trabalhos pelo Sr. Eduardo de Godoy Pereira, que na qualidade de Presidente da Entidade prestou amplos esclarecimentos sobre a gestão anterior da Diretoria, passando doravante, o mandato dos órgãos de administração e representação da entidade para triênio de 2023 – 2026, a ser contado a partir de 16 (dezesseis) de junho de 2023 a 15 (quinze) de junho de 2026 e proclamada eleita a única chapa concorrendo ao pleito. Continuando, o Sr. Presidente procedeu a chamada nominal de cada um dos diretores efetivos eleitos, dando-lhes posse nos respectivos cargos discriminados, em seguida, também com chamada nominal do Suplentes e membros do Conselho Fiscal, cuja chapa está assim constituída:

Diretoria:

Presidente: Roberto Pereira Tourinho Dantas, brasileiro, casado, administrador de empresas, cédula de identidade nº 2.703.096(SSP/BA), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 292.523.775-49, residindo à Rua Dom Paulo Pedrosa, 673 – apto 41B, Real Parque, São Paulo/SP, CEP: 05687-001- empresa representada: Network Consultoria e Participações Ltda., CNPJ nº 05.432.986/0001-92;

Vice-Presidente: Eduardo de Godoy Pereira, brasileiro, divorciado, publicitário, cédula de identidade nº 8.409.745-0 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 015.360.338-04, residindo à Rua das Abelias, 1683 – Lote 14D, Alphaville D. Pedro, Campinas/SP, CEP: 13097-170 - empresa representada Arroba Comunicação Integrada Ltda. CNPJ nº 03.951.646/0001-42;

Diretora Financeira: Tatiana Silva Marinho, brasileira, solteira, administradora, cédula de identidade nº 06.823.816-66º (SSP/BA), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 949.592.775-72, residindo à Rua Lusitânia, 355 – apto

Página
000008/000047

Registro Nº
711.633
22/08/2023

Protocolo nº 425.773 de 24/07/2023 às 16:30:08h: Documento **registrado eletronicamente para fins de publicidade e/ou eficácia contra terceiros** sob nº **711.633** em **22/08/2023** e averbado no registro nº 245666/92 neste **4º Oficial de Registro Civil de Pessoas Jurídicas da Comarca de São Paulo**. Assinado digitalmente por Cesar Augusto Lima de Avelar - Escrevente.

Oficial	Estado	Secretaria Fazenda	Reg. Civil	T. Justiça	M. Público	ISS	Condução	Despesas	Total
R$ 338,95	R$ 96,71	R$ [illegible]	R$ [illegible]	R$ [illegible]	R$ [illegible]	R$ [illegible]	R$ 0,00	R$ 0,00	R$ [illegible]

54 – Brooklin Paulista, São Paulo/SP, CEP: 04560-021 - empresa representada Gana Black Publicidade Ltda., CNPJ nº 40.150.193/0001-81;

Diretor Secretário: Ronaldo Severino, brasileiro, casado, publicitário, cédula de identidade nº 17.457.208-04 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 066.012.128-67, residindo à Rua Vespasiano, 650 – apto 72A, Vila Romana, São Paulo/SP, CEP: 05044-050, empresa representada – Suno Comunicação Integrada Ltda., CNPJ nº 27.516.099/0001-35;

Diretor Planejamento e Desenvolvimento: Felipe Cagnacci Simi, brasileiro, solteiro, publicitário, cédula de identidade nº 4.401.920-7(SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 317.735.538-01 , residindo à Rua Bernarda Luiz, 206 – casa 02, Alto de Pinheiros, São Paulo/SP, CEP: 05448-020- empresa representada Soko Publicidade Ltda., CNPJ nº 17.765.422/0001-50;

Diretora de Relações Governamentais: Ester Parreira de Miranda, brasileira, solteira, jornalista, cédula de identidade nº 32.886.293-9 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 264.443.638-96 , residindo à Rua Davin Pereira Coimbra, 1-95, Jd. Rosas do Sul, Bauru/SP, CEP: 17030-690- empresa representada – House Criativa Comunicação Ltda., CNPJ nº 08.889.690/0001-01;

Diretor de Relações Interassociativas: Ary Jorge dos Santos Nogueira, brasileiro, solteiro, publicitário, cédula de identidade nº 11.561.262-4 (IFP/RJ), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 053.835.347-33, residindo à Alameda Lorena, 983 – apto 31, Jardim Paulista, São Paulo/SP, CEP: 01424-904, empresa representada Gana Black Publicidade Ltda., CNPJ nº 40.150.193/0001-81;

Suplentes:

Geraldo Martins de Brito, brasileiro, divorciado, publicitário, cédula de identidade nº 8.940.036 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 857.187.008-00 , residindo à Rua Bárbara Veiteiga, 131, Perdizes, São Paulo/SP, CEP: 05005-040 - empresa representada Debrito Brasil Comunicação Ltda., CNPJ nº 00.000.424/0001-56;

Gustavo Henrique Teixeira de Castro, brasileiro, casado, publicitário, cédula de identidade nº 06.833.826-8 (IFP/RJ), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 832.704.427-34 , residindo à Rua Dr. Albert Sabin, 250, Torre 1, apto 41, Vila do Golf, Ribeirão Preto/SP, CEP: 14027-520 - empresa representada Versão BR Comunicação e Marketing Ltda., CNPJ nº 04.491.116/0001-21;

Conselho Fiscal:

Luiz Augusto Teixeira Leite, brasileiro, casado, contador, cédula de identidade nº 8.780.562-5 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 011.803.338-70, residindo à Rua Dr. Theodoro Ribeiro de Andrade, 423 – 2º andar – apto 21 – Alto de Pinheiros, São Paulo/SP, CEP: 05466-020- empresa representada Ogilvy & Mather Brasil Comunicação Ltda., CNPJ nº 61.067.492/0001-27;

Antônio Donizete Dudli, brasileiro, divorciado, economista, cédula de identidade nº 11.542.436-9 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 011.303.428-83, residindo à Rua Leopoldo Couto de Magalhães Jr. 695 – apto 33, Itaim Bibi, São Paulo/SP, CEP: 04542-011 - empresa representada Dentsu Latin America Propaganda Ltda., CNPJ nº 06.275.469/0001-10;

Rino Ferrari Filho, brasileiro, casado, publicitário, cédula de identidade nº 4.664.869-0 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 859.539.978-68 , residindo à Al. Ministro Rocha Azevedo, 619 – apto 161, Cerqueira Cesar, São Paulo/SP, CEP: 01410-001 - empresa representada Rino Publicidade Ltda., CNPJ nº 60.883.261/0001-29;

Paulo Cesar Ferrari, brasileiro, casado, publicitário, cédula de identidade nº 6.424.105-3 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 673.262.008-82 , residindo à Rua Paissandu, 81, Vila Pires, Santo André/SP, CEP: 09195-540 - empresa representada Octopus Comunicação Ltda., CNPJ nº 50.165.198/0001-01;

Pedro Atilio Cesarino, brasileiro, casado, publicitário, cédula de identidade nº 2.811.789-6(SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 107.936.318-15, residindo à Rua Safira, 115 – Aclimação, São Paulo/SP, CEP: 01532-010 - empresa representada Publicidade Archote Ltda., CNPJ nº 61.604.641/0001-40;

Ana Helena Coutinho Ferro, brasileira, casada, publicitária, cédula de identidade nº 29.068.795-8 (SSP/SP), inscrito(a) no CPF/MF sob nº 291.012.418-50, residindo à Rua Dr Rubens de Azevedo Marques, Chácara Monte Alegre, São Paulo/SP, CEP: 04646-020 - empresa representada Galeria Estratégia e Comunicação Ltda., CNPJ nº 42.632.634/0001-02.

Pagina
000009/000047

Registro Nº
711.633
22/08/2023

Protocolo nº 425.773 de 24/07/2023 às 16:30:08h. Documento **registrado eletronicamente para fins de publicidade e/ou eficácia contra terceiros** sob nº **711.633** em **22/08/2023** e averbado no registro nº 245666/92 neste **4º Oficial de Registro Civil de Pessoas Jurídicas da Comarca de São Paulo**. Assinado digitalmente por Cesar Augusto Lima de Avelar - Escrevente.

Oficial	Estado	Secretaria Fazenda	Reg. Civil	T. Justiça	M. Público	ISS	Condução	Despesas	Total
R$ 339,95	R$ 96,71	R$ 65,02	R$ 17,09	R$ 11,05	R$ 16,39	R$ 7,19	R$ 0,00	R$ 0,00	R$ 554,40

cujos mandatos passam a ser contados a partir de 16 (dezesseis) de junho de 2023, devendo terminar em 15 (quinze) de junho de 2026. Após as saudações de praxe, o Sr. Eduardo de Godoy Pereira, desejando frutuosa gestão aos recem-empossados, encerrou a reunião de posse às 16 (dezesseis) horas do dia 16 (dezesseis) de junho de 2023, alegando não haver nada mais a tratar, providenciou a lavratura da presente ata, para os devidos e regulares efeitos de direito, a qual após lida e aprovada, foi devidamente assinada.

São Paulo, 16 de junho de 2.023.

Eduardo de Godoy Pereira

Presidente

14º TABELIÃO - VAMPRE
CLARICE ALVES DOS SANTOS ADAIP
ESCREVENTE AUTORIZADA
SELO DIGITAL - CARTA

Vampre 14º Tabelião de Notas de São Paulo

111229
FIRMA 1
S11047AC0872473

Sinapro
SÃO PAULO

ESTATUTO SOCIAL DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO SINAPRO-SP

CAPÍTULO I

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FILIADOS E OBJETIVOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - SINAPROSP:

ART. 1º - O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP, com sede e foro em São Paulo, Capital, à Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 1656, 2º andar, cj. 21, como Entidade sindical de primeiro grau, integrante do Sistema Confederativo de Representação Sindical, nos termos da Constituição da República Federativa do Brasil, com base territorial e jurisdicional no Estado de São Paulo, constituído para fins de estudos, coordenação, orientação, proteção, representação e defesa das atividades compreendidas na categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, na forma do presente Estatuto e de conformidade com a legislação, a solidariedade e os interesses da categoria representada.

ART. 2º - O Sindicato é competente para congregar pessoas jurídicas que se dedicam, em caráter permanente, às atividades compreendidas na categoria das Agências de Propaganda e Publicidade, no âmbito do Estado de São Paulo.

ART. 3º - O Sindicato não tem prazo determinado de duração.

CAPÍTULO II

DOS DIREITOS E DEVERES DO SINDICATO:

ART. 4º - Para a realização dos objetivos básicos da solidariedade e interesses da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, incumbe ao Sindicato:

a) representar, perante os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, os interesses gerais da categoria integrante da atividade econômica das Agencias de Propaganda e Publicidade e, de igual forma, os interesses individuais e coletivos de suas Filiadas;

b) proteger com todos os meios ao seu alcance os direitos e interesses da categoria economica das Agências de Propaganda e Publicidade perante as autoridades constituídas;

c) celebrar Convenções, Acordos, Contratos Coletivos de Trabalho ou instaurar Dissídios em favor da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade;

PRENOTADO
2º RCPJ-SP

d) criar serviços de assessoria e consultoria técnicas para assuntos jurídicos e econômicos envolvidos na categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade;

e) fixar contribuição àqueles que participarem da categoria representada, através de Acordos, Convenções, Contratos ou Dissídios Coletivos de Trabalho;

f) eleger ou designar os representantes da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, inclusive para composição dos colegiados dos órgãos públicos;

g) impetrar mandado de segurança coletivo e ajuizar ações, coletivas ou individuais (art. 5º LXX e art. 8º, III da Constituição Federal), em nome dos integrantes da categoria econômica representada;

h) filiar-se e desfiliar-se de organizações sindicais nacionais e internacionais mediante aprovação da Diretoria, em Assembleia;

i) estabelecer e fiscalizar o cumprimento das normas éticas inerentes à categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, conforme Regimento Interno do Conselho de Ética;

j) promover a valorização da atividade publicitária, ressaltando o seu caráter liberal, segundo os princípios do sistema de economia de mercado, da legislação vigente e da Constituição Federal Brasileira;

k) promover congressos, conferências, cursos ou debates referentes à atividade publicitária;

l) poderá, ainda, em benefício dos empresários e funcionários ligados às Agências de Propaganda e Publicidade do Estado de São Paulo, implantar Plano de Previdência Privada, exclusivamente para fins previdenciários.

ART. 5º - São deveres do Sindicato:

a) colaborar com os poderes públicos e organizações legalmente reconhecidas, objetivando o desenvolvimento da solidariedade social;

b) estabelecer intercâmbio e promover solidariedade e ações comuns com as demais organizações sindicais;

c) zelar pela fiel observância das leis vigentes, em especial as sociais e as demais que digam respeito à categoria econômica representada;

d) tomar iniciativa e sugerir aos poderes competentes a instituição, aprovação, emenda ou revogação de leis e quaisquer atos que envolvam direta ou indiretamente os interesses da categoria econômica representada;

e) participar dos Dissídios Coletivos de Trabalho;

2017

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

f) manter serviços de assistência jurídica para as Filiadas;

g) organizar os serviços internos, na forma deste Estatuto.
h) auxiliar a dirimir pendências entre Agências de Propaganda e Publicidade, Veículos de Divulgação, Fornecedores, Anunciantes e Consumidores, mediante a arbitragem entre as partes litigantes, nos termos do que determina a Lei.

CAPÍTULO III

DOS DIREITOS E DEVERES DAS FILIADAS PERANTE O SINDICATO:

ART. 6º - Assiste o direito de filiar-se ao Sindicato, toda pessoa jurídica que participe da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade do Estado de São Paulo, definida como tal no Art. 3º da Lei 4.680/65, satisfazendo as exigências estatutárias, apresentando contrato social devidamente arquivado na Junta Comercial do Estado ou no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, inscrição no CNPJ/MF, na Prefeitura Municipal de sua sede e a declaração de possuir estrutura mínima para o exercício da atividade. Não poderá a Agência de Propaganda e Publicidade pertencer a grupo econômico ou empresarial que exerça outras atividades que não sejam exclusivamente de publicidade e propaganda.

§ 1º - O pedido de admissão/filiação ao quadro social será dirigido à Diretoria do Sindicato por meio de formulário-proposta fornecido pela própria Entidade, devidamente preenchido, apresentando-se os documentos necessários e exigidos pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP.

§ 2º - O formulário-proposta a que se refere o parágrafo anterior conterá declaração de adesão e subordinação do proponente às normas estatutárias, assim como às Normas-Padrão da Atividade Publicitária, ao Código de Ética do SINAPRO-SP, ao Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, às normas legais e convencionais que regulam ou que vierem a regular a atividade publicitária e o relacionamento entre Agências de Propaganda e Publicidade, Anunciantes, Veículos de Comunicação, Fornecedores e Consumidores, como também o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária.

§ 3º - O julgamento das propostas de admissão/filiação será de competência da Diretoria e da Comissão de Admissão/Filiação, após a prévia manifestação do Jurídico, que decidirá por maioria simples, cabendo, na hipótese de recusa, recurso pelo interessado à Diretoria da Entidade.

§ 4º - No caso do pedido de admissão/filiação ser indeferido, caberá recurso, no prazo de 10 (dez) dias contados da data de sua ciência, à Diretoria para apreciação e julgamento.

§ 5º - O Sindicato manterá registrados os dados necessários e qualificação de suas Filiadas.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

§ 6º - A apuração, a qualquer tempo, de falsidade nas declarações contidas no formulário-proposta de admissão/filiação, importará em penalidade para quem tenha prestado nos termos do que dispõe o presente Estatuto.

ART. 7º - São direitos das Filiadas:
a) participar das Assembleias Gerais, votar e ser votado, de acordo com o presente Estatuto.

b) usufruir dos serviços assistenciais diretos e indiretos, bem como de outros benefícios prestados pelo Sindicato, na forma do que vier a dispor este Estatuto, ao tornarem-se filiadas e estarem quites com suas contribuições.

c) requerer à Diretoria, nos termos do que determina o presente Estatuto, a convocação da Assembleia Geral Extraordinária justificando-a pormenorizadamente e mediante a adesão de número correspondente a, no mínimo, 1/5 (um quinto) das Filiadas, em pleno gozo de seus direitos;

d) frequentar todas as dependências do Sindicato;

e) filiar-se ao Sindicato para usufruir dos benefícios que poderão ser implantados pelo próprio Sindicato, para que seus titulares das filiadas, bem como seus empregados, venham a desfrutar dos citados benefícios.

f) perderá seus direitos, a filiada que, por qualquer motivo, deixar de exercer a atividade da categoria econômica dentro da base territorial do Sindicato.

g) desligar-se ou demitir-se da entidade como afiliada, mediante aviso antecipado de trinta dias, sem prejuízo de suportar os encargos associativos devidos até esse desligamento.

§ 1º - As filiadas não respondem solidariamente ou subsidiariamente pelas obrigações contraídas pelo Sindicato.

§ 2º - Os direitos das filiadas são pessoais e intransferíveis.

ART. 8º - São deveres das filiadas:

a) pagar a mensalidade referente à contribuição social nos prazos estabelecidos, concordando que em caso de atraso no pagamento, o valor será corrigido de acordo com a variação do IGPM, acrescido de multa de 2% e juros nominais de 1% ao mês, salvo se a Assembleia Geral definir de forma diferente;

b) respeitar este Estatuto e acatar as decisões emanadas da Diretoria, das Assembleias Gerais e das Comissões formadas, inclusive em processos éticos e administrativos, sem prejuízo da faculdade de utilização dos recursos cabíveis;

c) comparecer às Assembleias Gerais e às Reuniões para que for convocada e acatar suas decisões;

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

d) desempenhar com zelo e dedicação o cargo ou função para que foi eleito ou indicado e em que tenha sido investido;

e) prestigiar o Sindicato por todos os meios ao seu alcance e propagar o espírito de coletividade entre integrantes da categoria econômica;

f) respeitar os regulamentos e Regimentos Internos do Sindicato, elaborados e aprovados para cada setor, de acordo com as normas estatutárias;

g) cumprir e acatar a legislação publicitária, normas éticas e praxes publicitárias, inclusive as Normas-Padrão da Atividade Publicitária;

h) representar perante o Sindicato, devidamente documentada, contra outras Agências, perante o Conselho de Ética e, contra outras Agências, Veículos de Divulgação, Anunciantes e Fornecedores, perante a Câmara Nacional de Arbitragem na Comunicação, sobre atos antiéticos e ilegais, assim considerados conforme a legislação em vigor e demais diplomas legais e éticos, nos termos do que determinar o Regimento Interno da Câmara.

i) obter e manter em vigor o Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP.

CAPÍTULO IV

DAS PENALIDADES CABÍVEIS ÀS FILIADAS PERANTE O SINDICATO:

ART. 9º - Das penalidades às Filiadas:

a) a aplicação das penalidades é de competência da Diretoria;

b) as Filiadas estão sujeitas às penalidades de advertência, suspensão e de eliminação do quadro social;

c) a penalidade de advertência será aplicada quando entender que ela deva preceder a qualquer das outras penalidades.

ART. 10º - É passível de suspensão de seus direitos sindicais por prazo não superior a 180 (cento e oitenta) dias, se primária, e de 12 (doze) meses, se reincidente, a Filiada que:

a) infringir dever previsto no presente Estatuto;

b) representar o Sindicato, ou manifestar-se em seu nome, sem estar credenciada pela Diretoria ou Assembleia Geral;

c) não cumprir as determinações das Assembleias Gerais Ordinárias ou Extraordinárias;

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

d) desrespeitar as normas éticas da categoria, cuja decisão deverá ser proferida em obediência ao Regimento Interno do Conselho de Ética.

§ ÚNICO – Durante o decurso da pena de suspensão, conforme previsto no Art. 10 e suas alíneas acima, a Filiada deixará de exercer seus direitos, mas continuará com todos os seus deveres sociais para com o Sindicato.

ART. 11º - Está sujeita à eliminação do quadro social do Sindicato a Filiada que:

a) for reincidente no cometimento de falta punida com suspensão;

b) deixar de pagar 04 (quatro) mensalidades referentes às contribuições sociais mensais sucessivas, ou 06 (seis) não sucessivas;

c) não acatar as decisões da Diretoria do Sindicato ou de suas comissões, após submeter-se a procedimentos éticos ou administrativos, com amplo direito de defesa, na forma deste Estatuto e do Regimento Interno do Conselho de Ética.

§ ÚNICO - Da decisão que vier a excluir a Filiada do quadro social do Sindicato caberá recurso, no prazo de 10 (dez) dias, à Assembleia Geral, cuja decisão será irrecorrível.

ART. 12º - A Filiada que for desligada do quadro social do Sindicato poderá ser readmitida, a critério da Diretoria, recebendo nova matrícula, iniciando-se o curso de novo prazo de carência para usufruir os serviços assistenciais proporcionados pela Entidade, inclusive para inscrição eleitoral.

§ ÚNICO - Se o desligamento referido no "caput" deste artigo decorrer de decisão por infração ética, disciplinar ou legal, a readmissão da Agência somente poderá ser concedida se aquela comprovar ter eliminado a falta cometida e as consequências dela decorrentes. Caso o desligamento da filiada se dê por inadimplência perante o Sindicato, sua readmissão ao quadro social dependerá do pagamento dos débitos anteriores, seja da Contribuição Social enquanto filiada e as Contribuições Sindical e Assistencial/Confederativa de todo o período, independentemente de ser filiada ou não.

CAPÍTULO V

DOS ORGÃOS DO SINDICATO:

ART. 13º - O Sindicato compreende os seguintes Órgãos institucionais:

a) Assembleia Geral das Filiadas;

b) Diretoria;

c) Conselho Fiscal;

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

CAPÍTULO VI

DAS ASSEMBLEIAS GERAIS E DAS VOTAÇÕES:

ART. 14º - A Assembleia Geral é o Órgão supremo do Sindicato, é soberana nas resoluções que não contrariam a Constituição, as Leis e ao presente Estatuto, sendo constituída pelas Filiadas em pleno gozo de seus direitos sociais, tendo cada uma delas direito a 01 (um) único voto.

§ ÚNICO - Nas Assembleias serão exclusivamente tratados os assuntos constantes dos respectivos editais de convocações.

ART. 15º - A convocação das filiadas para a Assembleia Geral Ordinária ou Extraordinária será convocada pelo Presidente do Sindicato, através de Edital, o qual será publicado em jornal de grande circulação na base territorial ou no Diário Oficial do Estado, afixado na sede do próprio Sindicato e através de correspondências encaminhadas às filiadas via correio, fax ou Internet, com antecedência mínima de 07 (sete) dias da data de sua realização, exceto quando a convocação visar a eleição dos membros da Diretoria, quando deverá, tal convocação, ocorrer no mínimo com 30 (trinta) dias de antecedência e no máximo 60 (sessenta) dias da data marcada para a sua realização.

ART. 16º - A Assembleia Geral se instalará, em primeira convocação, com a presença de pelo menos 2/3 (dois terços) de Associados, e, em seguida, com qualquer número.

§ 1º - Não havendo quórum estatutário na hora marcada, a Assembleia poderá instalar-se, meia hora depois, em segunda convocação.

§ 2º - É permitido o voto por procuração, credenciamento em documento original, ou encaminhados pelos correios, via fax ou Internet, que deverá conter poderes específicos para tal fim, ou votar pessoalmente como representante legal da empresa.

ART. 17º - O quórum deliberativo das decisões da Assembleia respeitará os ditames do Parágrafo Único do artigo 59 do Novo Código Civil Brasileiro e conforme disposto no parágrafo único do artigo 19, abaixo, na hipótese ali especificada.

ART. 18º - As Assembleias Gerais serão presididas pelo Presidente do Sindicato, salvo quando estiver em julgamento ato de sua responsabilidade ou da Diretoria, caso em que a Presidência da Mesa será exercida por filiada escolhida pelo plenário, ou, na ausência devidamente justificada do Presidente, seguindo-se a ordem seguinte, pelo Vice-Presidente, pelo Diretor Financeiro ou por um dos restantes Diretores. Será feita pelo Presidente a leitura do Edital de Convocação da Assembleia e da Ata anterior para conhecimento do plenário, expondo o objetivo da reunião e indicará um dos presentes para secretariá-lo.

ART. 19º - Compete privativamente à Assembleia Geral:

a) eleger membros da Diretoria e eventuais administradores;

PRENOTADO
4º R.C.P.-S.P.

b) destituir membros da Diretoria e eventuais administradores;
c) alterar o presente Estatuto.
d) decidir pela dissolução da entidade.

§ ÚNICO - Para as deliberações a que se referem as alíneas deste artigo, é exigida a convocação da Assembleia especialmente para esse fim, cujo quórum será o estabelecido neste Estatuto, em seu artigo 16. Especificamente, para as deliberações previstas nas alíneas "a", "b" e "c" acima, será obrigatório o voto concorde de 2/3 (dois terços) das Filiadas presentes, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta das Filiadas e, em segunda convocação, com pelo menos 1/3 (um terço) dos presentes. Quando a finalidade da Assembleia Geral for a destituição dos administradores, os critérios de eleição daqueles que vierem a substituí-los também deverá ser especificada na sua convocação.

ART. 20º - Encerrada a discussão, compete ao Presidente colocar a matéria em votação, a qual poderá ser realizada por: aclamação ou votação aberta.

ART. 21º - As deliberações das Assembleias serão tomadas, nos seguintes casos:

a) eleição para os órgãos de administração e representação do Sindicato, por votação aberta;

b) Previsão Orçamentária e sua complementação, por votação aberta;

c) aprovação de contas da Diretoria, por votação aberta;

d) aquisição, cessão ou alienação de imóveis que importem em alterações patrimoniais, por votação aberta;

e) alteração do presente Estatuto, por votação aberta.

ART. 22º - No caso de empate nas votações, o Presidente da Assembleia proferirá o voto de qualidade, definindo o resultado.

ART. 23º - Os trabalhos de cada sessão serão registrados em ata redigida imediatamente pelo secretário e assinada por ele e pelo Presidente da Assembleia, e ainda, pelas Filiadas presentes que assim desejarem.

CAPÍTULO VII

DAS ASSEMBLEIAS GERAIS ORDINÁRIAS, EXTRAORDINÁRIAS E ELEITORAIS:

Das Assembleias Gerais Ordinárias

ART. 24º – Serão realizadas Assembleias Gerais Ordinárias não eleitorais 2 (duas) vezes por ano, sendo a primeira, até o último mês do 1º semestre, para tomada de contas, aprovação do

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

Sinapro
SÃO PAULO

Balanço e Relatório do Exercício anterior das ocorrências administrativas e atos da Diretoria, e a segunda até o último mês do 2º semestre para apresentação da Proposta Orçamentária das receitas e despesas para o Exercício seguinte, observadas as instruções em vigor. As referidas peças contábeis deverão estar acompanhadas de parecer do Conselho Fiscal.

Das Assembleias Gerais Extraordinárias

ART. 25º - Realizar-se-á Assembleia Geral Extraordinária por iniciativa do Presidente ou da maioria da Diretoria, a requerimento da maioria dos membros pertencentes ao Conselho Fiscal e, quando requerida pelas Filiadas em dia com as suas obrigações sindicais, em número mínimo de 1/5 (um quinto), para exame, exclusivamente, de assuntos determinados no pedido, os quais deverão ser pormenorizadamente específicos.

§ ÚNICO - Quando a Assembleia Geral Extraordinária for convocada a requerimento das Filiadas deverão obrigatoriamente comparecer, pelo menos, metade mais uma das que a requereram, obedecidas às regras dispostas no art. 16 para a sua instalação. Todavia, quando a convocação tenha sido realizada com o objetivo de destituir administradores ou alterar o presente Estatuto, além do disposto no art. 16, deverão ser obedecidas as regras dispostas no parágrafo único do art. 19 para as suas deliberações.

Das Assembleias Gerais Eleitorais

ART. 26º - Realizar-se-á Assembleia Geral Eleitoral mediante convocação do Presidente em exercício nos termos do Estatuto e do seu Regimento Interno, especificamente para:

a) eleição dos membros da Diretoria e do Conselho Fiscal;

b) eleição de candidatos ou de listas de candidatos para o exercício de função de representação profissional perante a Justiça do Trabalho e colegiados de órgãos públicos.

§ 1º - Compete à Assembleia Geral Eleitoral a eleição da Diretoria e do Conselho Fiscal a cada 03 (três) anos, que deverá ter a participação conforme as disposições do parágrafo único do art. 19 deste Estatuto.

§ 2º - Será admitido o voto por procuração, credenciamento em documento original, os quais deverão conter poderes específicos para tal fim, que poderão ser enviados pelo correio, via fax ou Internet ou votar pessoalmente.

§ 3º - A eleição não concluída no mesmo dia da sua instalação, por falta de quórum, permanecerá aberta nos dias úteis subsequentes, até que se efetive o número de votos de acordo com o parágrafo primeiro deste artigo. Após o 1º dia da votação, caso a mesma não tenha sido concluída, será feita uma Ata de Prorrogação de Mandato por tempo indeterminado, até que se complete o quórum necessário para o fechamento da eleição, efetuando neste momento a Ata de Encerramento dos Trabalhos Eleitorais.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

ART. 27º - A votação para eleição da Diretoria se processará mediante votação aberta ao coordenador geral das eleições, ou a quem este último designar, em sua ausência.

ART. 28º - Finda a coleta de votos, será imediatamente instalada a Mesa Apuradora que será presidida pelo coordenador geral das eleições, a quem competirá indicar os escrutinadores.

CAPÍTULO VIII

DA DIRETORIA:

ART. 29º - O Sindicato será dirigido por uma Diretoria de 07 (sete) membros efetivos, 2 (dois) Suplentes, eleitos pela Assembleia Geral Eleitoral e terá o seu mandato por 03 (três) anos, sendo permitida a reeleição do Presidente, para uma única vez subsequente.

ART. 30º - A Diretoria efetiva será composta de Presidente, Vice-Presidente, Diretor Financeiro, Diretor Secretário, Diretor de Relações Inter Associativas, Diretor de Planejamento e Desenvolvimento, Diretor de Relações Governamentais e 2 (dois) Suplentes.

§ ÚNICO - Na composição de chapa deverá constar obrigatoriamente a designação do cargo de cada candidato, exceto Suplentes e Conselho Fiscal, na ordem da menção prevista neste artigo.

ART. 31º - À Diretoria compete:

a) dirigir o Sindicato de acordo com o presente Estatuto, administrar o patrimônio social e promover o bem geral das Filiadas e da categoria profissional representada;

b) elaborar os regimentos de prestação e execução de serviços internos de natureza técnica, subordinados a este Estatuto;

c) cumprir e fazer cumprir as leis em vigor, bem como o Estatuto, regimentos internos e resoluções próprias das Assembleias Gerais;

d) aplicar as penalidades previstas neste Estatuto;

e) estruturar os serviços internos, técnicos e administrativos,

f) reunir-se em sessão ordinária 01 (uma) vez por bimestre e, extraordinariamente sempre que o Presidente ou sua maioria convocar;

g) convocar anualmente 02 (duas) Assembleias Gerais Ordinárias para atender o disposto no art. 24 deste Estatuto.

h) propor Assembleia Geral Extraordinária à alienação de bens imóveis, na forma da Lei;

i) indicar os representantes do Sindicato nos órgãos colegiados e de representação oficial, quando lhe couber essa prerrogativa;

PRENOTADO
4º R.G.I.-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

j) exercitar quaisquer outros poderes legais não reservados especialmente à Assembleia Geral ou ao Conselho Fiscal;

k) encaminhar o relatório anual e as contas de cada exercício à apresentação e deliberação da Assembleia Geral;

l) deliberar sobre os atos de administração patrimonial;
m) deliberar sobre o valor da contribuição associativa dos filiados;

n) nomear e/ou indicar peritos ou árbitros em processos judiciais ou em arbitragem, relativos a pendências sobre o relacionamento entre as Agências de Propaganda e Publicidade, Anunciantes, Veículos de Divulgação e Consumidores;

o) indicar as funções dos Diretores eleitos, no caso de alteração das funções/cargos originalmente estabelecidos conforme art. 30 "caput".

p) nomear comissões para estudo e pareceres sobre os diversos assuntos que interessam à categoria;

q) nomear Comissão de Ética e elaborar seu Regimento Interno, bem como constituir Câmara de Arbitragem;

r) deliberar quanto à abertura de Delegacias/Representantes/Diretorias Regionais do Sindicato em regiões do Estado de São Paulo e nomear seus respectivos Delegados/Representantes/Diretores Regionais, indicar encarregados e outros representantes para eventuais eventos, bem como escolher e nomear Administradores;

s) organizar o quadro de pessoal, admitir e demitir funcionários e prestadores de serviços autônomos, fixar os seus vencimentos, consoante as necessidades do serviço;

t) organizar um relatório das ocorrências do ano anterior e apresentá-lo à Assembleia Geral Ordinária, a realizar-se no primeiro semestre de cada ano;

u) aplicar penalidades a qualquer filiada de acordo com o Estatuto, desde que devidamente relatada nos seus termos, bem como admitir, readmitir, suspender ou excluir filiada, de acordo com este mesmo Estatuto;

v) elaborar o resumo dos principais acontecimentos administrativos, políticos e sindicais, verificados no curso do ano anterior, acompanhado do Balanço Geral do Exercício Financeiro, instruído com os seguintes elementos:

1) comparativo da receita orçada com a arrecadada;

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

II) comparativo das despesas autorizadas com as realizadas;

III) balanço financeiro e patrimonial;
IV) demonstração das variações patrimoniais;

V) termo de conferência dos valores em caixa;

VI) demonstração especial de aplicação da contribuição sindical arrecadada;

VII) extrato de conta corrente de confirmação de saldos em depósitos na data de balanço, fornecido pelo estabelecimento bancário em que a entidade mantenha conta;

VIII) parecer do Conselho Fiscal.

X) resolver os casos omissos no Estatuto.

ART. 32º - As deliberações da Diretoria serão aprovadas mediante 50% mais 01 (um) dos votos dos Diretores que estiverem presentes.

ART. 33º - Os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal não receberão quaisquer tipos de remuneração pelos serviços prestados ao Sindicato.

Art. 34º - Os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal não respondem solidária ou subsidiariamente pelas obrigações contraídas pelo Sindicato.

ART. 35º - Os membros da Diretoria perderão o seu mandato na ocorrência dos seguintes casos:

a) malversação ou dilapidação do Patrimônio Social;

b) mudança de atividade econômica não enquadrada no grupo representado pelo Sindicato;

c) abandono do cargo para o qual foi eleito;

d) grave violação do presente Estatuto.

ART. 36º - Abandono de cargo será considerado ausência injustificada a 03 (três) reuniões sucessivas dos membros da Diretoria ou do Conselho Fiscal ou a ausência alternada e de igual forma injustificada, no decurso do ano, a 05 (cinco) reuniões da Diretoria.

ART. 37 - Ocorrendo vacância de cargo de Presidente, assumirá o Vice-Presidente, que escolherá seu substituto entre os membros da chapa, fazendo-se a seguir a convocação do suplente.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL.(11) 3035.0099 - FAX.(11) 3035.0091

ART. 38º- O preenchimento na Diretoria efetiva será por suplente, obedecida sempre a ordem em que estão relacionados na chapa eleita.

ART. 39º - Ocorrendo renúncia coletiva da Diretoria e não havendo suplentes para preencher os cargos vagos a assegurar o funcionamento normal dos órgãos, o Presidente do Sindicato, ainda que resignatário, convocará imediatamente Assembleia Geral Extraordinária, para que esta nomeie e constitua uma Comissão Administrativa Provisória.

ART. 40º - A Comissão Administrativa provisória, constituída nos termos do artigo anterior, procederá no prazo de 90 (noventa) dias a eleição e posse da nova Diretoria.

ART. 41º - O Diretor que perder o cargo nos termos deste Estatuto, ficará impedido de concorrer a qualquer cargo administrativo sindical ou representação, inclusive junto a órgão de deliberação coletiva, no âmbito do Sindicato, pelo prazo de 05 (cinco) anos.

ART. 42º - Ocorrendo falecimento de membro da Diretoria, a substituição far-se-á de conformidade com o presente Estatuto.

CAPÍTULO IX

DAS ATRIBUIÇÕES DOS MEMBROS DA DIRETORIA:

ART. 43º – Compete ao Presidente, além de outras atribuições legais e estatutárias:

a) representar o Sindicato perante as autoridades administrativas, legislativas e judiciárias, podendo para esse fim constituir procuradores ou prepostos;

b) administrar o Sindicato, assumindo o controle, dirigindo e fiscalizando todas as suas atividades e serviços;

c) atribuir encargos ou serviços aos Diretores, além daqueles contidos nas atribuições específicas de cada um dos membros;

d) presidir as reuniões da Diretoria e da Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária, coordenando os debates, tomando os votos, proclamando os resultados e deliberando sobre qualquer questão de ordem;

e) convocar e presidir as Assembleias Gerais, tanto ordinárias como extraordinárias;

f) convocar e presidir as reuniões de Diretoria;

g) presidir as conferências, reuniões e sessões públicas;

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

h) assinar os contratos que obrigam o Sindicato e quaisquer ordens de movimentação dos fundos sociais, inclusive cheques ou levantamentos de depósitos e qualquer espécie de títulos, cauções, ordens de pagamentos, previsões orçamentárias, balanços, balancetes e relatórios financeiros, todos eles em conjunto com o Diretor Financeiro ou com outro Diretor que eventualmente o esteja substituindo;

i) assinar com o secretário as atas de reuniões da Diretoria;

j) assinar os ofícios, comunicações, representações e papéis dirigidos a autoridades e que não sejam de mero expediente;

k) abrir, rubricar e encerrar os livros da Secretaria e Tesouraria.
l) constituir procuradores para representar a Entidade, judicial e extrajudicial, ativa e passivamente;

m) devidamente autorizado pela Assembleia Geral ou pela Diretoria, contrair obrigações, transigir, renunciar a direitos, dispor do patrimônio social ou por qualquer forma o onerar;

n) fazer executar as resoluções e deliberações da Diretoria e das Assembleias Gerais.

ART. 44° - Ao Vice-Presidente compete:

a) substituir o Presidente em seus impedimentos eventuais ou temporários;

b) auxiliar o Presidente, no desempenho das atribuições, que são conferidas pelo presente Estatuto, bem como os demais membros da Diretoria nas atribuições de suas competências;

c) promover a ampliação do quadro de filiadas.

ART. 45° - Ao Diretor Financeiro compete:

a) substituir o Vice-Presidente;

b) ter sob sua guarda e responsabilidade os valores do Sindicato;

c) assinar cheques em conjunto com o Presidente, no seu impedimento, com o Vice-Presidente e no impedimento de ambos, com outro Diretor;

d) dirigir, supervisionar e fiscalizar os trabalhos de finanças e manter em ordem a respectiva escrituração contábil, de conformidade com a lei;

e) recolher o dinheiro do Sindicato em estabelecimento de crédito autorizado pela Diretoria;

PRENOTADO
4° RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0081

f) apresentar à Diretoria balancetes mensais e balanço anual, acompanhados dos respectivos comprovantes;

g) elaborar, anualmente, relatório geral das atividades desenvolvidas na área de finanças.

h) compete especificamente ao Tesoureiro a captação de recursos para o regular exercício das atividades desenvolvidas, bem como a administração financeira do Sindicato.

ART. 46º – Ao Diretor Secretário compete:

a) substituir o Diretor de Planejamento e Desenvolvimento e o Diretor Financeiro em seus impedimentos;

b) dirigir e fiscalizar os serviços da Secretaria;
c) diligenciar para a boa guarda dos arquivos do SINAPRO-SP;

d) redigir as atas das reuniões de Diretoria e Assembleias Gerais.

ART. 47º – Ao Diretor de Relações Inter-Associativas compete:

a) substituir o Diretor Secretário em seus impedimentos, e manter contato com as demais entidades de classe nacionais e internacionais, objetivando uma somatória de esforços no sentido de coordenar apoio na solução de pendências e incentivar ações conjuntas para melhoria do mercado e estudar medidas a serem pleiteadas aos poderes constituídos, assim como elaborar propostas e executar tarefas específicas de sua área de atuação, contribuindo com as autoridades federais, estaduais e municipais na solução de questões de interesse do mercado;

ART. 48º – Ao Diretor de Planejamento e Desenvolvimento compete:

a) substituir o Diretor de Relações Inter-Associativas em seus impedimentos e executar tarefas específicas de sua área de atuação, tais como, organizar congressos, cursos, seminários, palestras, etc... e tudo o mais que, neste sentido for determinado pelo presidente.

ART. 49º – Ao Diretor de Relações Governamentais compete:

a) substituir o Diretor de Planejamento e Desenvolvimento em seus impedimentos, assim como elaborar propostas e executar tarefas específicas de sua área de atuação, contribuindo com as autoridades federais, estaduais e municipais na solução de questões de interesse do mercado;

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

CAPÍTULO X

DO CONSELHO FISCAL:

Art. 50º - O Conselho Fiscal será composto com até 06 (seis) membros, que serão eleitos juntamente com os Diretores, exigindo-se no mínimo 03 (três) assinaturas dos conselheiros, quaisquer que sejam, nos pareceres.

§ ÚNICO - O mandato do Conselho Fiscal terá duração de 03 (três) anos.

ART. 51º - Compete ao Conselho Fiscal fiscalizar a gestão financeira da Entidade.

CAPÍTULO XI

DO PATRIMÔNIO DO SINDICATO:

ART. 52º – Constitui o patrimônio do Sindicato:

a) as contribuições sindicais daqueles que participam da categoria profissional representada pelo Sindicato;

b) as contribuições assistenciais;

c) as contribuições confederativas;

d) as contribuições sociais;

e) os bens e valores adquiridos e as rendas pelos mesmos produzidos;

f) os aluguéis, móveis, imóveis e juros de títulos de depósitos;

g) as multas e outras rendas eventuais não especificadas;

h) as doações e legados;

ART. 53º – A alienação, permuta e oneração do bem imóvel, no todo ou em parte, será efetuada pela Diretoria, após a resolução aprovada pela Assembleia Geral Extraordinária, mediante deliberação expressa de, no mínimo, dois terços (2/3) das Filiadas, reunidas em Assembleia Geral Extraordinária, especialmente convocada, na forma prescrita por este Estatuto e mediante a elaboração de laudo de avaliação prévio, pela Caixa Econômica Federal ou, por qualquer organização legalmente habilitada para esse fim.

ART. 54º – As despesas do Sindicato ocorrerão pelas rubricas constantes de seus orçamentos, observadas as disposições legais vigentes.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

ART. 55º – Ocorrendo um dos casos de dissolução, taxativamente expresso na legislação civil, o patrimônio social será destinado à entidade congênere, ou em caso de extinção desta, para outra entidade de fins não econômicos reconhecida nacionalmente, nos termos do artigo 61 do Código Civil vigente.

PARÁGRAFO ÚNICO – De acordo com os artigos 54, inciso VI e artigo 61 da Lei 10.406/02, em ocorrendo motivos para a dissolução da entidade, esta só se dará por deliberação expressa da Assembleia Geral para esse fim, convocada e com a presença mínima de 2/3 (dois terços) dos associados, quites com suas obrigações, que deverão deliberar a destinação dos bens do SINAPRO-SP, atendendo o artigo 55 deste estatuto, após pagamento das dívidas decorrentes de responsabilidade por ela assumidas.

CAPÍTULO XII

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

ART. 56º – Para atender as despesas comuns da entidade, esta poderá obter Cartão de Crédito/Débito junto ao Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal ou outro estabelecimento bancário, onde a entidade possua conta corrente, o qual será mantido e utilizado pelo Diretor Executivo, pelo Presidente e pelo Diretor Financeiro, que deverão prestar contas mensalmente das despesas realizadas.

ART. 57º – DA CONTRIBUIÇÃO SINDICAL

Seção I – da fixação e do recolhimento da contribuição sindical

Conforme a Art. 579 da CLT, a contribuição sindical é devida por todos aqueles que participarem de uma determinada categoria econômica ou profissional, ou de uma profissão liberal, em favor do sindicato representativo da mesma categoria ou profissão.

Seção II - da aplicação da Contribuição Sindical (Patronal)

De acordo com o Art. 592 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho, a contribuição sindical, além das despesas vinculadas à sua arrecadação, recolhimento e controle, será aplicada pelos sindicatos, na conformidade dos respectivos estatutos, visando aos objetivos alí consignados.

ART. 58º - O presente Estatuto só poderá ser reformulado pela Assembleia Geral Extraordinária, para esta finalidade especialmente convocada, sendo obrigatório o voto concorde de 2/3 (dois terços) das Filiadas presentes, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta das Filiadas e, em segunda convocação, com pelo menos 1/3 (um terço) dos presentes.

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

CAPÍTULO XIII

DO PROCESSO ELEITORAL

Da Diretoria

ART. 59º - O Sindicato será dirigido por uma Diretoria de 07 (sete) membros efetivos, 2 (dois) suplentes, eleitos pela Assembleia Geral Eleitoral e terá o seu mandato por 03 (três) anos, sendo permitida a reeleição do Presidente, para uma única vez subsequente.

ART. 60º - A Diretoria efetiva será composta de Presidente, Vice-Presidente, Diretor Financeiro, Diretor Secretário, Diretor de Relações Inter Associativas, Diretor de Planejamento e Desenvolvimento, Diretor de Relações Governamentais e 2 (dois) Suplentes.

§ ÚNICO - Na composição de chapa deverá constar obrigatoriamente a designação do cargo de cada candidato, exceto Suplentes e Conselho Fiscal, na ordem da menção prevista neste artigo.

CAPÍTULO XIV

DO CONSELHO FISCAL:

ART. 61º - O Conselho Fiscal será eleito juntamente com a Diretoria, conforme disposto no art. 50º deste Estatuto.

§ ÚNICO - O mandato do Conselho Fiscal terá duração de 03 (três) anos.

ART. 62º - Compete ao Conselho Fiscal fiscalizar a gestão financeira da Entidade.

CAPÍTULO XV

DAS ELEIÇÕES E SUA CONVOCAÇÃO:

Art. 63º - As eleições dos membros da Diretoria e do Conselho Fiscal do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP, sejam eles efetivos ou suplentes, serão realizadas a cada 03 (três) anos, no término da gestão então vigente, seja pelo vencimento do prazo convencional, seja pela conclusão do período de prorrogação, eventualmente ocorrido.

Parágrafo Único - Caso não tenha havido a apresentação de chapas concorrentes ou por outros motivos superiores, será feita nova convocação eleitoral, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e no máximo de 60 (sessenta) dias da data de sua realização e para a eleição em 90 (noventa) dias e assim sucessivamente, até que haja chapa(s) concorrente(s). Assim sendo, para os devidos efeitos legais, a então atual Diretoria permanece à testa da Entidade, bem assim a sua representação legal, inclusive junto aos órgãos públicos e privados, dentre os quais as instituições bancárias, acompanhado de Ata de Prorrogação de mandato.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

Art. 64º - Nos termos do Estatuto Social, as eleições serão convocadas pelo Presidente do Sindicato, através de Edital publicado uma vez em jornal de grande circulação, na Capital do Estado, bem como afixado na sede do próprio Sindicato e através de correspondências encaminhadas às Filiadas via correio, fax ou internet, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e no máximo 60 (sessenta) dias da data de sua realização.

Parágrafo Único - Do edital de convocação para as eleições constará:

a) Finalidade especifica da convocação – eleição de membros efetivos da Diretoria, Suplentes e do Conselho Fiscal;
b) Datas, horários e locais de votação;
c) Prazo para registro das chapas dos candidatos e horários de funcionamento da Secretaria do Sindicato;
d) Prazo para impugnação de candidaturas;
e) Data para nova eleição, no caso de empate das chapas mais votadas ou prorrogação de mandato par falta de chapas, ou por outro motivo legal.

CAPÍTULO XVI

DAS CHAPAS, SEU REGISTRO E IMPUGNAÇÃO:

Art. 65º - O prazo para registro das chapas é de 20 (vinte) dias contados da data seguinte da publicação do Edital de convocação.

Art. 66º - As chapas deverão ser encaminhadas ao Presidente do Sindicato, contendo a qualificação e a identificação pessoal de cada um dos candidatos, devidamente assinada por um deles e instruída pelos seguintes documentos, para que sejam registradas:

a) Comprovação de que exerçam cargos de direção em qualquer uma das agências de propaganda e publicidade, dentro do Estado de São Paulo, ainda que não sócio quotista ou acionista, neste caso com autorização da mesma.
b) Xerox da cédula de identidade de cada candidato;
c) Prova de que a agência, na qual exerça o candidato sua atividade de direção, seja filiada ao SINAPRO-SP por, pelo menos, 06 (seis) meses;
d) Prova de que a agência, da qual seja diretor o candidato, se encontre quites com as contribuições Sindical, Assistencial e social até o mês anterior da data mareada para a eleição.

Art. 67º - Do registro das chapas será fornecido recibo pela Secretaria do Sindicato, podendo ser cancelado em caso de renúncia dos candidatos, de modo que o número dos remanescentes seja insuficiente para preencher os cargos efetivos e mais da metade dos suplentes ou do Conselho Fiscal.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

Art. 68º - As chapas deverão conter os cargos para os quais cada candidato estará concorrendo, exceto para os suplentes e Conselho Fiscal, e serão registradas e numeradas, seguidamente, a partir do número 1 e, assim, sucessivamente, por ordem cronológica.

Art. 69º - Em caso de irregularidades pelo não atendimento das exigências do Estatuto, o Presidente do Sindicato notificará os interessados para que, no prazo de 02 (dois) dias úteis, contados do seu recebimento, promovam a sua regularização, sob pena de recusa do registro.

Art. 70º – Encerrado o prazo para registro das chapas, todas aquelas que tenham sido registradas constarão de Ata de Registro de Chapas lavrada pelo Presidente, conforme sua ordem numérica de registro, dando conhecimento às Filiadas através de Edital específico para essa finalidade, afixado na sede da entidade, para que, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da publicação do Edital, apresentem a impugnação que tiverem.

Art. 71º - As impugnações também deverão ser dirigidas ao Presidente e protocolizadas na Secretaria do Sindicato, dentro do seu horário de funcionamento e nos termos especificados no art. 8º acima.

Art. 72º – O Presidente deverá, no prazo de 02 (dois) dias úteis, contados da data do recebimento das impugnações acima mencionadas, notificar os candidatos impugnados para que, também no prazo de 02 (dois) dias úteis, contados do recebimento da citada notificação, apresentem sua defesa, também a protocolizando na Secretaria do Sindicato.

Art. 73º – Não havendo apresentação de defesa ou, tendo-a havido dentro do prazo especificado, o Presidente do Sindicato proferirá sua decisão, nos 02 (dois) dias úteis subsequentes, notificando os impugnantes, decisão essa final e única, contra a qual não caberá qualquer recurso.

CAPÍTULO XVII

DO ELEITOR E DA VOTAÇÃO:

Art. 74º - É considerado eleitor a filiada que estiver, na data da eleição, em pleno gozo de seus direitos junto ao Sindicato, nos termos do que prevê o art. 7º do Estatuto Social, além de preencher os requisitos abaixo especificados:

a) Ter representante legal, na votação, maior de idade;
b) Ter a filiada mais de 06 (seis) meses de filiação ao Sindicato;
c) Ter a filiada mais de 02 (dois) anos de exercício regular de sua atividade econômica no Estado de São Paulo ou ser originada de fusão, divisão ou derivada de outra empresa que já seja filiada ao Sindicato, pelo período mínimo especificado na alínea "b" acima.

Art. 75º – As chapas registradas serão disponibilizadas pelo Sindicato, devendo conter os nomes e especificação dos cargos de todos os candidatos efetivos, dispensada a indicação dos cargos do Conselho Fiscal e dos Suplentes.

PRENOTADO
4º ROP - SP

Parágrafo Único – É permitido o voto por procuração, credenciamento em documento original, ou encaminhados pelos correios, via fax ou Internet, que deverá conter poderes específicos para tal fim, ou votar pessoalmente como representante legal da empresa.

Art. 76º – As votações no Processo Eleitoral serão abertas e públicas.

Art. 77º – O voto deverá ser exercido pelo titular, sócio, diretor ou representante legal da Filiada, este último com poderes específicos para esse fim. É permitido o voto por procuração, credenciamento, por carta, via fax ou internet, que deverá conter poderes específicos para tal fim ou pessoalmente.

Art. 7º – A mesa coletora será composta de um Presidente, de dois mesários e de um suplente, todos nomeados pelo Presidente da Entidade.

Art. 79º – As votações poderão ser encerradas antecipadamente se tiverem votados todos os eleitores constantes da(s) folha(s) de votação, ao mesmo tempo em que a eleição não concluída no mesmo dia da sua instalação por falta de quórum, permanecerá aberta nos dias úteis subsequentes, até que se efetive o número de votos necessários nos termos do Estatuto Social, conforme disposto no art. 26, em seu parágrafo 3º deste Estatuto.

Art. 80º – Concluída a votação, serão encerrados os trabalhos no dia em que for completado o quórum exigido.

Art. 81º – Encerrados os trabalhos de votação com todos os votos recebidos por procuração, credenciamento, via fax ou pela internet pessoalmente e também pelos demais meios estabelecidos por este Estatuto, lavrando-se em seguida a respectiva Ata de Encerramento dos Trabalhos Eleitorais, declarando-se a hora do início e do encerramento dos trabalhos, números de votos coletados e o número constante na relação de votantes, a regularidade na votação, cumprindo ao Presidente da Mesa Coletora que igualmente terá a função de Mesa Apuradora, com o auxílio dos mesários, inclusive suplentes, que terão também a função de escrutinadores.

Art. 82º - Será considerado voto nulo aquele que contenha sinal, rasura ou que vote em mais de uma chapa.

Art. 83º - É assegurado a qualquer das Filiadas o direito de formular perante a Mesa Apuradora protesto fundamentado referente à apuração, o qual será decidido, de imediato, pela Mesa Apuradora, registrando-se na Ata de Encerramento o protesto e a decisão.

Art. 84º – Concluída a apuração, o Presidente da Mesa Apuradora proclamará eleita a chapa que obtiver a maioria simples dos votos válidos e fará lavrar a Ata dos trabalhos, mencionando na mesma todos os fatos ocorridos na apuração, a qual será assinada por todos os componentes da Mesa Apuradora, inclusive pelos escrutinadores e também pelos fiscais, se presentes.

Art. 85º - Havendo empate, deverá ser realizada nova eleição no prazo mínimo de 10 (dez) dias corridos, na qual concorrerão somente as duas chapas mais votadas.

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

CAPÍTULO XVIII

DAS NULIDADES:

Art. 86º - Será nula a eleição quando realizada em dia, hora e local diversos daqueles designados no Edital de convocação ou que seja encerrada antes da hora ali previstas, sem que haja votado filiadas em número determinado pelo quórum mínimo para eleição.

Art. 87º - Anulada a eleição, deverá ser realizada outra no prazo de 90 (noventa) dias, contados da data da decretação de sua anulação com nova publicação do edital, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e no máximo 60 (sessenta) dias da data de sua realização, a que se refere os artigos 63 e 64 deste Estatuto.

Art. 88º - Na hipótese de empate na votação ou na anulação da eleição - tal como deve ocorrer quando não houver apresentação de chapas para concorrer à eleição - o mandato da Diretoria então na gestão da entidade, será automaticamente prorrogado até a realização de nova eleição e da investidura dos eleitos, conforme especificado neste Estatuto. Assim sendo, para os devidos efeitos legais, a então atual Diretoria permanece à testa da Entidade, bem assim a sua representação legal, inclusive junto aos órgãos públicos e privados, dentre os quais as instituições bancárias, e a elaboração da Ata de Prorrogação de mandato.

Art. 89º - A nulidade não pode ser invocada por quem lhe deu causa, nem dela se aproveitar.

CAPÍTULO XIX

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

Art. 90º – Ao Presidente do Sindicato incumbe coordenar, organizar e orientar o processo eleitoral e seus atos preparatórios e conclusivos da eleição.

Art. 91º – O processo eleitoral é de exclusiva responsabilidade do Presidente do Sindicato, que poderá designar coordenador geral para a eleição, bem como suas funções específicas para o cumprimento de suas atribuições.

Art. 92º – A posse dos eleitos ocorrerá imediatamente na conclusão do processo eleitoral.

Art. 93º – Ao assumir o cargo, a Diretoria eleita prestará, por escrito e solenemente, o compromisso de respeitar, no exercício do mandato, a Constituição Federal, as leis vigentes e o Estatuto do Sindicato e seus regimentos e regulamentos internos.

PRENOTADO
4º RCPJ - SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro
SÃO PAULO

Art. 94º– A Filiada que deixar de votar ou não apresentar justificativa até 30 (trinta) dias após a realização da eleição, ficará sujeita a eventual suspensão dos direitos sociais e sindicais por até 90 (noventa) dias.

São Paulo, 28 de abril de 2017

Geraldo Martins de Brito
Presidente

Paulo Gomes de Oliveira Filho
Advogado e Consultor Jurídico do Sinapro-SP
OAB/SP – 30.453

Francisco Sales Romeu de Moraes
Diretor Executivo/Secretário

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0099

Sinapro
SÃO PAULO

INDICE:

CAPÍTULO I - DA DENOMINAÇÃO, SEDE, ASSOCIADOS E OBJETIVOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP.....PAG. 01

CAPÍTULO II - DOS DIREITOS E DEVERES DO SINDICATO .....PAG. 01

CAPÍTULO III - DOS DIREITOS E DEVERES DAS FILIADAS PERANTE O SINDICATO .....PAG. 03

CAPÍTULO IV - DAS PENALIDADES CABÍVEIS ÀS FILIADAS PERANTE O SINDICATO .....PAG. 05

CAPÍTULO V - DOS ORGÃOS DO SINDICATO .....PAG. 06

CAPÍTULO VI - DAS ASSEMBLEIAS GERAIS E DAS VOTAÇÕES .....PAG. 07

CAPÍTULO VII - DAS ASSEMBLEIAS GERAIS ORDINÁRIAS, EXTRAORDINÁRIAS E ELEITORAIS .....PAG. 08

CAPÍTULO VIII - DA DIRETORIA.....PAG. 10

CAPÍTULO IX - DAS ATRIBUIÇÕES DOS MEMBROS DA DIRETORIA.....PAG. 13

CAPÍTULO X - DO CONSELHO FISCAL .....PAG. 16

CAPÍTULO XI - DO PATRIMÔNIO DO SINDICATO .....PAG. 16

CAPÍTULO XII - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS .....PAG. 17

CAPÍTULO XIII – DO PROCESSO ELEITORAL.....PAG. 18

CAPÍTULO XIV – DO CONSELHO FISCAL.....PAG. 18

CAPÍTULO XV – DAS ELEIÇÕES E SUA CONVOCAÇÃO.....PAG. 18

CAPÍTULO XVI – DAS CHAPAS, SEU REGISTRO E IMPUGNAÇÃO.....PAG. 19

CAPÍTULO XVII – DO ELEITOR E DA VOTAÇÃO.....PAG. 20

CAPÍTULO XVIII – DAS NULIDADES.....PAG. 22

CAPÍTULO XIX - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS .....PAG. 22

PRENOTADO
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br
AV. BRIG. FARIA LIMA, 1.656 - 2º ANDAR - CJ. 21 - SÃO PAULO - SP - CEP 01451-001 - TEL. (11) 3035.0099 - FAX. (11) 3035.0091

41/mf

Marco Aurelio Ribeiro
4º RTDC PJ
Substituto do Oficial

4º Oficial de Registro de Títulos e Documentos e
Civil de Pessoa Jurídica da Capital - CNPJ: 45.141.653/0001-68
Rubson de Alvarenga - Oficial de Registro

Emol.	R$ 635,50	Protocolado e prenotado sob o n. **359.750** em **27/06/2017** e registrado, hoje, em microfilme sob o n. **664.492** , em pessoa jurídica.
Estado	R$ 181,14	
Ipesp	R$ 123,45	
R. Civil	R$ 34,04	Averbado à margem do registro n. **245666/92**
T. Justiça	R$ 43,37	São Paulo, 24 de julho de 2017
M. Público	R$ 30,24	
Iss	R$ 13,31	
Total	R$ 1.061,05	

Selos e taxas
Recolhidos p/verba

Marco Aurélio Ribeiro
Substituto do Oficial

24º SUBDISTRITO INDIANÓPOLIS

Selo(s): 1 Ato:AB-0007322
Reconheço, por Semelhança, a firma de: (1) PAULO GOMES DE OLIVEIRA FILHO, com valor econômico.
São Paulo, 21 de junho de 2017.
Em testemunho da verdade.

CRCPN 249 - INDIANÓPOLIS;Valor Unit.R$ 9,00;Qtd:1;TotalR$ 9,00
Feito por:RONALDO

1049AB0007322

24º SUBDISTRITO REGISTRO CIVIL
"INDIANÓPOLIS"
Paulo Geraldo Nogueira Filho
ESCREVENTE AUTORIZADO

VÁLIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICIDADE

PROTOCOLO Nº: 3808/2025

PREGÃO ELETRÔNICO Nº: 036/2025

OBJETO: Contratação de empresa especializada em propaganda para atender às necessidades de divulgação do município através de propaganda televisiva e rádio fusão, alusivo ao evento turístico: 49ª Feira do Bordado de Ibitinga

DA IMPUGNANTE:

SINDICATO DAS AGENCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - SINAPRO SP, CNPJ 62.638.994/0001-23.

DA TEMPESTIVIDADE:

A impugnação interposta demonstra-se tempestiva, com fulcro no artigo 164 da Lei 14.133/21.

DA IMPUGNAÇÃO e PEDIDO:

Insurge-se o impugnante, solicitando a exclusão do Pregão como modalidade da licitação para licitação de melhor técnica ou técnica e preço.

DA ANÁLISE:

Preliminarmente cumpre ressaltar que a Administração sempre pugna pela cumprimento dos princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro) em todos seus editais.

Verificando o termo de referência e o edital do Pregão ora impugnado percebe-se trata exclusivamente de intermediação técnica de veiculação de campanhas institucionais do Município de Ibitinga em emissoras de televisão e rádio.

A contratação não inclui serviços de criação, concepção, planejamento ou produção publicitária, os quais são integralmente desenvolvidos internamente pela Secretaria Municipal de Comunicação, por meio de sua equipe técnica. Dessa forma, não se configura como contratação de serviço publicitário completo nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, afastando-se a obrigatoriedade de licitação na modalidade concorrência pública com julgamento por "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Contudo, em razão da necessidade de veicular peças previamente produzidas em emissoras de rádio e televisão, faz-se imprescindível o cumprimento das exigências normativas impostas pela Agência Nacional do Cinema - ANCINE, especialmente no que tange à emissão de mapas de mídia certificados e à intermediação junto aos veículos de comunicação.

A legislação brasileira veda a contratação direta com veículos de radiodifusão sem a devida intermediação técnica realizada por agência certificada, de modo que a presente contratação busca exclusivamente atender às formalidades legais de veiculação, garantindo a legalidade e a rastreabilidade das inserções.

Por todo o exposto sugerimos que a impugnação ora apresentada tenha seu provimento NEGADO, mantendo-se inalteradas as cláusulas do Edital e Termo de Referência.

Remeta-se a Procuradoria Jurídica do Município para parecer e posterior ao Gabinete do Prefeito para determinação.

Ibitinga, 26 de maio de 2025.

Marisa A Constantino Somenci

Agente de Contratação

PARECER TÉCNICO N. 7.338/2025

Protocolo n. 112.210

Consulente

Prefeitura Municipal da Estância Turística de Ibitinga/SP

Termos da Consulta

"Nesta data recebemos impugnação referente ao edital do Pregão 036/2025, cujo objeto é contratação de empresa especializada em propaganda para atender às necessidades de divulgação do município através de propaganda televisiva e rádio fusão, alusivo ao evento turístico: 49ª Feira do Bordado de Ibitinga.

Solicitamos que seja auxiliados na defesa da impugnação ressaltando que a impugnação foi apresentada hoje a sessão do pregão prevista para o dia 05/06; Anexo a este segue a peça impugnatório e edital da licitação. "

Relatório

Refere-se a solicitação da **Prefeitura Municipal da Estância Turística de Ibitinga**, Estado de São Paulo, através da Analista de Compras, **Sra. Marisa Ap. C. Somensi**, na qual requer auxílio na defesa da impugnação referente ao Edital do Pregão 036/2025.

Orientação

Trata-se de impugnação apresentada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, dirigida ao Pregoeiro da Prefeitura Municipal de Ibitinga/SP, em face do Edital do Pregão Eletrônico nº 036/2025, que tem por objeto a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços publicitários destinados à divulgação institucional do município, especificamente no contexto do evento denominado "49ª Feira do Bordado de Ibitinga".

A controvérsia central trazida pelo impugnante reside na alegada inadequação da escolha da modalidade de licitação, o pregão eletrônico, para a contratação dos referidos serviços. Fundamenta-se a impugnação na inobservância ao regime jurídico específico previsto pela **Lei Federal nº 12.232/2010**, que estabelece normas gerais para as licitações e contratações de serviços de publicidade no âmbito da Administração Pública, impondo, em caráter obrigatório, a adoção de modalidades licitatórias compatíveis com a natureza técnica e intelectual do objeto, notadamente as modalidades que utilizam os critérios de julgamento por "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Sustenta-se, ainda, que os serviços de publicidade, por sua natureza especializada e pela exigência de atuação integrada em diversas frentes, como: criação, planejamento, concepção, veiculação e supervisão, não podem ser enquadrados como serviços comuns para fins da

aplicação da **Lei nº 14.133/2021**, que em seu **art. 29**, parágrafo único, expressamente veda a utilização do pregão para a contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual.

Dessa forma, a impugnação aponta a nulidade do procedimento licitatório por vício insanável quanto à escolha da modalidade, requerendo sua adequação à legislação específica, de modo a assegurar a legalidade, a competitividade e a efetividade do certame.

1- Considerações sobre a Lei nº 12.232/2010

A **Lei nº 12.232/2010**, estabelece normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, abrangendo todos os Entes da Federação.

A dúvida, entretanto, é se pretendeu o legislador infraconstitucional impor a obrigatoriedade de se licitar sobre os preceitos da **Lei nº 12.232/10** todas as ações de publicidade da entidade pública? A resposta é negativa. O *caput* do art. 1º, da Lei, estabelece que somente se submetem aos seus efeitos aquelas contratações pela administração pública de *"serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda* [...]".

Nesse sentido, apenas agências de publicidade legalmente constituídas que exerçam as atividades disciplinadas pela **Lei nº 4.680/65** que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e que tenham obtido Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) possuem os serviços de publicidade a serem contratados por esta lei, conforme se estrai do art. 4º[1].

A finalidade da legislação é de regular a publicidade para aquelas atividades consideradas complexas, as quais se exige avaliação de critérios técnicos de profissionais do ramo de publicidade e propaganda. O conceito de serviço de publicidade, a que o legislador quis submeter ao crivo das agências de propaganda, encontra-se delineado no **art. 2º**, da lei, nesses termos:

> Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas **integradamente** 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 a distribuição de publicidade** aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de

[1] Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta 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.
§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda. [destacamos]

GEPAM – Gestão Pública, Auditoria Contábil, Assessoria e Consultoria em Administração Municipal
Avenida Santo Antônio, 5 | Centro | Fone: (18) 3521-5386 | CEP 17800-049 | Adamantina/SP
www.gepam.adm.br |e-mail: gepam@gepam.adm.br

promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º 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.

§ 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.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3o deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Com isso, aquelas publicidades que não envolvam os elementos de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição da publicidade, **não necessitam de contratação prévia de agência de propaganda**, podendo ser oficializadas através de processos normais de licitação sob os preceitos da **Lei nº 14.133/2021**.

2 – Da análise do caso

Como mencionado no item anterior, de acordo com o **art. 2º, da Lei nº 12.232/10**[2], entende-se por serviço de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a

[2] Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 a distribuição 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.

GEPAM – Gestão Pública, Auditoria Contábil, Assessoria e Consultoria em Administração Municipal
Avenida Santo Antônio, 5 | Centro | Fone: (18) 3521-5386 | CEP 17800-049 | Adamantina/SP
www.gepam.adm.br |e-mail: gepam@gepam.adm.br

execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos de comunicação e demais meios de divulgação, com o fim de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Contudo, no presente caso, a análise do Termo de Referência, do Estudo Técnico Preliminar e do Edital revela que o objeto da contratação limita-se à veiculação de conteúdos já previamente elaborados pela Secretaria Municipal de Comunicação e Divulgação, compreendendo apenas o agenciamento de inserções publicitárias em espaços de mídia televisiva, radiofônica e jornalística. Não há previsão de desenvolvimento criativo ou conceitual de campanha pela contratada, tampouco de planejamento de mídia sob responsabilidade da empresa licitada.

Podendo ser identificada através dos seguintes trechos:

No Termo de Referência (Anexo do Edital de Pregão 036/2025) em seu **item 1.3**:

> *1.3 Os serviços previstos objeto deste termo contemplam:*
> *[...]*
> *C) Neste objeto deverão estar inclusos os custos para envio de VTs para as emissoras contratadas, bem como a claquete em suas devidas especificações,* ***observando-se que o vídeo será fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação e Divulgação.***
> *D) Os spots de 15'' e 30'' deverão ser produzidos pela contratada, mediante texto e especificações* ***a serem alinhados com a Secretaria de Comunicação e Divulgação.*** [Destacamos]

Corrobora Luciano Ferraz[3]

> "Referida lei teve o mérito de definitivamente patentear a distinção existente entre os contratos de publicidade e os demais contratos de prestação de serviços que a Administração Pública firma com particulares.
> [...]
> Nos termos da nova legislação, a contratação de serviços de publicidade dar-se-á necessariamente por intermédio de agência de propaganda (art. 1º), cujas atividades encontram-se disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e desde que essa agência tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento junto ao Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou equivalente (art. 4º).
> [...]
> Perceba-se que **se a Administração Pública pretende contratar apenas o veículo para a divulgação das peças publicitárias** que sua própria área de imprensa concebe, elabora e distribui **não se estará diante de um "conjunto de atividades realizadas integradamente" nos termos do art. 2º, caput da**

[3] FERRAZ, Luciano. Breves considerações sobre a nova Lei de Licitações para contratos de publicidade. Fórum de Contratação e Gestão Pública – FCGP Belo Horizonte, ano 10, n. 112, abr. 2011.

GEPAM – Gestão Pública, Auditoria Contábil, Assessoria e Consultoria em Administração Municipal
Avenida Santo Antônio, 5 | Centro | Fone: (18) 3521-5386 | CEP 17800-049 | Adamantina/SP
www.gepam.adm.br |e-mail: gepam@gepam.adm.br

Lei nº 12.232/10, senão diante da mera divulgação da mídia (atividade isolada), o que atrairá a incidência da Lei nº 8.666/93. (...)".

Desta feita, é plenamente válida a utilização da modalidade Pregão Eletrônico, nos termos **da Lei Federal nº 14.133/2021**, haja vista que os serviços de veiculação de mídia apresentam padrões objetivos de execução e qualidade, além de permitirem a formulação de propostas em condições de ampla concorrência, caracterizando-se como serviço comum.

Conclusão

Ante às considerações expostas, **S.M.J**, conclui-se que, conclui-se que é juridicamente válida e adequada a adoção da modalidade Pregão Eletrônico para a contratação pretendida pelo Município de Ibitinga no âmbito do Edital nº 036/2025. Não se trata de contratação de serviços publicitários nos moldes da Lei nº 12.232/2010, mas sim de agenciamento de mídia para veiculação de conteúdo institucional já concebido pela Administração.

Adamantina/SP, 26 de maio de 2025.

Mateus da Silva Santos
Consultor Responsável pela Elaboração

gov.br Documento assinado digitalmente
MATEUS DA SILVA SANTOS
Data: 26/05/2025 17:07:42-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

José Carlos Pacheco de Almeida
Diretor Jurídico Responsável pela Revisão e Aprovação

JOSE CARLOS PACHECO DE ALMEIDA
Assinado de forma digital por JOSE CARLOS PACHECO DE ALMEIDA
Dados: 2025.05.26 17:10:07 -03'00'

GEPAM – Gestão Pública, Auditoria Contábil, Assessoria e Consultoria em Administração Municipal
Avenida Santo Antônio, 5 | Centro | Fone: (18) 3521-5386 | CEP 17800-049 | Adamantina/SP
www.gepam.adm.br |e-mail: gepam@gepam.adm.br

49
8

PARECER JURÍDICO

INTERESSADO: Departamento de Compras da Prefeitura Municipal da Estância Turística de Ibitinga/SP

ASSUNTO: Análise de Impugnação ao Edital do Pregão Eletrônico nº 036/2025 – Contratação de empresa especializada em propaganda para divulgação da 49ª Feira do Bordado de Ibitinga.

Trata o presente de impugnação ao Edital nº 036/2025 apresentada pelo SINDICATO DAS AGENCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO SINAPRO.

O referido certame tem por objeto a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de propaganda, especificamente para a divulgação do evento turístico "49ª Feira do Bordado de Ibitinga", por meio de veiculação em televisão e rádio.

A peça impugnatória argumenta, em síntese, a inadequação da modalidade licitatória escolhida – Pregão Eletrônico – para a contratação dos serviços em tela. Sustenta o impugnante que a natureza dos serviços de publicidade exigiria a observância do regime jurídico específico ditado pela Lei Federal nº 12.232/2010, a qual preconiza a utilização de modalidades licitatórias como concorrência, com critérios de julgamento por *"melhor técnica"* ou *"técnica e preço"*, em detrimento do Pregão, cuja utilização seria vedada para serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, conforme o art. 29, parágrafo único, da Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos).

Consta nos autos o Parecer Técnico nº 7.338/2025, emitido pela empresa GEPAM – Gestão Pública, Auditoria Contábil, Assessoria e Consultoria em Administração Municipal, que presta assessoria a este Município. O referido parecer analisou a questão e concluiu pela validade da utilização da modalidade Pregão Eletrônico no caso concreto.

Instado a me manifestar na qualidade de Procurador Municipal, passo à análise técnico-jurídica da matéria.

A controvérsia central reside em definir se o objeto licitado pelo Pregão Eletrônico nº 036/2025 se enquadra no conceito de *"serviços de publicidade"* regidos pela Lei nº 12.232/2010, ou se configura como *"serviço comum"*, passível de ser licitado pela modalidade Pregão, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

A Lei nº 12.232/2010 estabelece normas gerais para a licitação e contratação, pela Administração Pública, de *"serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda"* (art. 1º). O artigo 2º da mesma lei define o que se considera *"serviços de publicidade"* para seus fins:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o **conjunto de atividades realizadas integradamente** 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 a distribuição 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. (grifo nosso)

02

Depreende-se da leitura do dispositivo que a incidência da Lei nº 12.232/2010 está condicionada à contratação de um **conjunto integrado** de atividades complexas, que envolvem desde o estudo de mercado e planejamento estratégico até a criação e execução final das peças publicitárias. Tal complexidade justifica a exigência de contratação por intermédio de agências de propaganda certificadas (art. 4º) e a adoção de modalidades licitatórias que permitam a avaliação técnica (melhor técnica ou técnica e preço), conforme previsto no art. 5º da referida lei.

No caso em análise, contudo, o objeto do Pregão Eletrônico nº 036/2025, conforme detalhado no Termo de Referência (Anexo I do Edital), não contempla a totalidade desse conjunto integrado de atividades. Conforme bem apontado no Parecer Técnico nº 7.338/2025 da GEPAM, a análise dos documentos licitatórios, em especial o item 1.3 do Termo de Referência, revela que a contratação se concentra na **veiculação de mídia** (televisiva e radiofônica) de conteúdo previamente elaborado pela Secretaria Municipal de Comunicação e Divulgação. O item 1.3, alínea C, é explícito ao afirmar que *"o vídeo será fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação e Divulgação"*. Embora a alínea D preveja a produção de spots de 15" e 30" pela contratada, esta se dará *"mediante texto e especificações a serem alinhados com a Secretaria de Comunicação e Divulgação"*, o que denota uma atividade de produção pontual e dirigida, e não a concepção e criação autônomas que caracterizam os serviços regidos pela Lei nº 12.232/2010.

Trata-se, portanto, primordialmente, de um serviço de **agenciamento e veiculação de mídia**, cujo conteúdo principal é fornecido pela própria Administração Municipal. Não há contratação do "conjunto integrado" de atividades descrito no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, afastando a obrigatoriedade de aplicação do regime específico nela previsto.

Nesse cenário, a contratação deve observar as normas gerais da Lei nº 14.133/2021. A questão subsequente é verificar se a modalidade Pregão é adequada. O Pregão destina-se à contratação de bens e serviços comuns, definidos no art. 6º, inciso XIII, da Lei nº 14.133/2021 como *"aqueles cujos padrões de desempenho e qualidade podem ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais de mercado"*.

Os serviços de agenciamento e veiculação de mídia, quando desvinculados da criação e planejamento complexos, podem ser considerados serviços comuns, pois seus padrões (tempo de inserção, alcance, horários, especificações técnicas de envio de material) são passíveis de definição objetiva no edital, permitindo a comparação de propostas com base no critério de menor preço ou maior desconto.

Resta analisar a vedação contida no art. 29, parágrafo único, da Lei nº 14.133/2021, que impede o uso do Pregão para *"contratações de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual"*. Como demonstrado, o objeto licitado não possui natureza *predominantemente* intelectual a ser executada pela contratada. A parte intelectual mais significativa (criação do conceito da campanha, elaboração do conteúdo principal) é realizada internamente pela Administração. A atuação da contratada concentra-se na operacionalização da veiculação e na produção de spots a partir de diretrizes claras, atividades que, embora técnicas, não se revestem da predominância intelectual que atrairia a vedação legal.

Corrobora essa linha de entendimento o já mencionado Parecer Técnico nº 7.338/2025 da GEPAM, que conclui pela legalidade da modalidade Pregão Eletrônico ao distinguir

adequadamente o objeto licitado (agenciamento de mídia) dos serviços de publicidade complexos e integrados regidos pela Lei nº 12.232/2010.

Assim, a escolha da modalidade Pregão Eletrônico para a contratação objeto do Edital nº 036/2025 mostra-se juridicamente adequada e alinhada aos ditames da Lei nº 14.133/2021.

Diante do exposto, e em consonância com a análise técnica apresentada pela Agente de Contratação, opino pela **improcedência da impugnação** apresentada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP.

A modalidade Pregão Eletrônico, regida pela Lei nº 14.133/2021, é adequada para a contratação pretendida, uma vez que o objeto licitado (serviços de propaganda televisiva e radiofusão para divulgação da 49ª Feira do Bordado de Ibitinga) não se configura como o "conjunto integrado de atividades" de publicidade previsto na Lei nº 12.232/2010, mas sim como serviço comum de agenciamento e veiculação de mídia, cujos padrões são objetivamente definíveis e cuja execução não possui natureza predominantemente intelectual a cargo da contratada.

Recomenda-se, portanto, o prosseguimento do certame licitatório na modalidade estabelecida no Edital nº 036/2025.

É o parecer, S.M.J.

Ibitinga/SP, 26 de maio de 2025.

Daivid Cardoso de Oliveira
Procurador Municipal de Ibitinga
OAB/SP 334.506

PROTOCOLO Nº: 3808/2025

PREGÃO ELETRÔNICO Nº: 036/2025

OBJETO: Contratação de empresa especializada em propaganda para atender às necessidades de divulgação do município através de propaganda televisiva e rádio fusão, alusivo ao evento turístico: 49ª Feira do Bordado de Ibitinga

A **PREFEITURA MUNICIPAL DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE IBITINGA** por intermédio do PREFEITO MUNICIPAL vem, em razão das IMPUGNAÇÕES ao Edital de Licitação do Pregão Eletrônico nº 036/2025 em epígrafe, interposto pelo SINDICATO DAS AGENCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO SP, apresentar as suas razões, para, ao final decidir, como segue:

I – RELATÓRIO:

O SINDICATO DAS AGENCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO SP, CNPJ 62.638.994/0001-23 encaminhou via e-mail no dia 22/05/2025, **impugnação ao edital do Pregão Eletrônico nº 036/2025** que tem como objeto contratação de empresa especializada em propaganda para atender às necessidades de divulgação do município através de propaganda televisiva e rádio fusão, alusivo ao evento turístico: 49ª Feira do Bordado de Ibitinga

REQUEREU, a nulidade do certame alteração da licitação para melhor técnica ou técnica e preço.

Passamos à análise das questões.

II - DA TEMPESTIVIDADE E DEMAIS REQUISITOS DE ADMISSIBILIDADE.

A petição foi encaminhada, por meio eletrônico do dia 22 de maio de 2025. O edital impugnado traz os seguintes requisitos formais para apreciação da impugnação:

> *5.1 Qualquer pessoa física ou jurídica poderá impugnar o ato convocatório do Pregão Eletrônico, mediante petição a ser enviada para um dos seguintes e-mails: neto.compraspmeti@gmail.com ou registrodeprecos@ibitinga.sp.gov.br ou compras@ibitinga.sp.gov.br ou licitacao@ibitinga.sp.gov.br, ou por petição dirigida ou protocolada no seguinte endereço: Rua Miguel Landim, nº 333, Centro, Ibitinga/SP, das 09h00 às 16h30.*
>
> ***5.2.** Decai do direito de impugnar os termos do Edital de Licitação perante a Administração, o Licitante que não o fizer até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura das propostas.*

> ***5.3.*** *A impugnação não possui efeito suspensivo e caberá ao Pregoeiro, auxiliado pelos responsáveis pela elaboração do Termo de Referência e/ou deste Edital, decidir sobre a impugnação no prazo de* ***até 03 (três) dias úteis contados da data de recebimento da impugnação, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.***
>
> ***5.4.*** *As impugnações e os seus respectivos julgamentos serão publicados no sítio oficial do município na plataforma utilizada para a licitação, para conhecimento dos interessados.*
>
> *Quanto aos requisitos previstos no subitem 5.1 do Edital, observa-se que todos os dados requeridos no instrumento convocatório foram informados, sendo que a impugnação foi encaminhada por e-mail para os endereços eletrônicos neto.compraspmeti@gmail.com ou registrodeprecos@ibitinga.sp.gov.br ou compras@ibitinga.sp.gov.br ou licitacao@ibitinga.sp.gov.br.*

Verifica-se que a data de realização do certame estava marcada para as 09h00 do dia 05/06/2025, sendo, portanto, reputada **TEMPESTIVA** a impugnação em tela.

III - DO MÉRITO

Sendo assim, com base no parecer da Procuradoria Jurídica do Município que acolho e adoto como razão de decidir fica prejudico o analise do mérito.

IV - DA DECISÃO:

Diante do exposto, DECIDO que:
a) As alegações foram CONHECIDAS como **TEMPESTIVAS**.

b) Quanto ao mérito dos fundamentos aduzidos nas razões de impugnação apresentadas pelo interessado NEGO SEU PROVIMENTO na sua totalidade.

É como decido.
Comunique-se o impugnante na forma da lei e de publicidade nos termos do item 5.4 do edital.

Ibitinga, 26 de maio de 2025.

FLORISVALDO ANTONIO FIORENTINO
PREFEITO MUNICIPAL