



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**



**CERTIDÃO**

Certifico que no dia 29.11.2022 encerrou o prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso interposto nos autos do processo de n. 235/21 – Concorrência 02/21 cujo objeto se refere a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação, com o objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Encaminho nesta data os autos do processo para análise e elaboração de parecer da subcomissão técnica para subsidiar a resposta aos recursos interpostos.

13 de Dezembro de 2021

*Ana Carla Leite*

**Ana Carla Leite,**  
Presidente.

*Bruna de S. Ximenes*

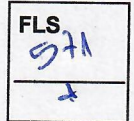
**Bruna de Souza Ximenes,**  
Secretaria.

*Valter Mollmann*

**Valter Mollmann,**  
Membro.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**



**PARECER TÉCNICO SUBCOMISSÃO**

Trata-se de processo licitatório para contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação, com o objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Em razão da interposição de recursos administrativos pelas licitantes participantes do certame, foi realizada nova análise técnica pormenorizada dos itens elencados por ambas licitantes, resultando na análise abaixo demonstrada:

**1. ART E TRAÇO PUBLICIDADE & ASSESSORIA EIRELI**

Avaliador 01

I – Raciocínio Básico: 10, mantida a nota

II – Estratégia de Comunicação publicitária: 20, mantida a nota

III – Ideia Criativa: 18, mantida a nota.

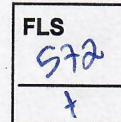
IV – Estratégia de mídia e não mídia: nota alterada para 9,75, foram aceitas as justificativas apresentadas pela empresa em relação à utilização da fonte de dados, tendo em vista a ausência de dados oficiais regionais, e as justificativas quanto ao alcance dos sites selecionados para veiculação da campanha publicitária.

Avaliador 02

I – Raciocínio Básico: 10, mantida a nota

II – Estratégia de Comunicação publicitária: 20, mantida a nota

AJ



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**

III – Ideia Criativa: nota alterada para 20, foram aceitas as justificativas apresentadas pela empresa quanto ao uso de banco de imagens, tendo em vista de tratar de uma campanha simulada.

IV – Estratégia de mídia e não mídia: nota alterada para 9,5, foram aceitas as justificativas apresentadas pela empresa quanto à fonte de dados e alcance dos sites escolhidos, no entanto, foi mantido o desconto de pontuação em relação a localização dos outdoors e pela quantidade de dias do mês de outubro.

**Avaliador 03**

I – Raciocínio Básico: 10, mantida a nota

II – Estratégia de Comunicação publicitária: 20, mantida a nota

III – Ideia Criativa: 19, mantida a nota.

IV – Estratégia de mídia e não mídia: nota alterada para 9,5, foram aceitas as justificativas apresentadas pela empresa em relação à utilização da fonte de dados e as justificativas quanto ao alcance dos sites selecionados para veiculação da campanha publicitária. No entanto, foi descontada pontuação em razão da localização dos outdoors e pela utilização do mês de outubro com 30 dias.

**2. RAMAL PROGANDA LTDA**

**Avaliador 01**

I – Raciocínio Básico: 10, mantida a nota

II – Estratégia de Comunicação publicitária: 20, mantida a nota

III – Ideia Criativa: nota alterada para 18, foi reavaliada a campanha apresentada pela empresa e verificado o cunho estético do slogan não se adaptando a outras áreas da gestão municipal, o que levou ao decréscimo na nota anteriormente atribuída.

IV – Estratégia de mídia e não mídia: 9,5, mantida a nota.

**Avaliador 02**

I – Raciocínio Básico: 10, mantida a nota

II – Estratégia de Comunicação publicitária: 20, mantida a nota



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**

FLS  
579  
x

III – Ideia Criativa: nota alterada para 18, foi realizada nova avaliação do slogan apresentado pela empresa e verifica-se que não é possível, de maneira orgânica, que ele se adeque a todas as áreas da gestão municipal.

IV – Estratégia de mídia e não mídia: nota alterada para 9,5, a nota anteriormente atribuída foi decrescida tendo em vista a incorreção nos valores apresentados para veiculação da campanha no jornal impresso.

Avaliador 03

I – Raciocínio Básico: 10, mantida a nota

II – Estratégia de Comunicação publicitária: 20, mantida a nota

III – Ideia Criativa: 19,5, mantida a nota.

IV – Estratégia de mídia e não mídia: 9,5, mantida a nota.

Dessa forma, após a reanálise as licitantes obtiveram as seguintes pontuações:

**ART E TRAÇO PUBLICIDADE & ASSESSORIA EIRELI**

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média).
Raciocínio Básico	10	10	10	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	20	20	20
Ideia Criativa	18	20	19	19
Estratégia de Mídia e Não Mídia	9,75	9,5	9,5	9,58

**PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE: 58,58**

**RAMAL PROPAGANDA LTDA**

Rua Cel. Pilad Rebuá nº 1.780 - Centro - Bonito/MS - CEP 79 290 000 - Fone: (67) 3255 1351  
CNPJ: 03.073.673/0001-60 - E-mail: licitacao@bonito.ms.gov.br / Site: www.bonito.ms.gov.br



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO

FLS  
574  
7

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média).
Raciocínio Básico	10	10	10	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	20	20	20
Ideia Criativa	18	18	19,5	18,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	9,5	9,5	9,5	9,5


**PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE: 58**

Ante o exposto, e após nova análise realizada, em razão dos recursos interpostos pelas licitantes atribui-se a licitante Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli a nota de 58,58 pontos e a licitante Ramal Propaganda Ltda a nota de 58 pontos.

É o parecer.

Bonito/MS, 17 de janeiro de 2022.

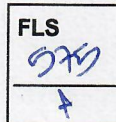
  
**Adão Carlos Duarte**  
Avaliador 1

  
**Marlan Pinheiro Pereira**  
Avaliador 2

  
**Francisco Alves Nogueira Rondon**  
Avaliador 3



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**



**RESPOSTA AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**Referente:**

**Processo Administrativo nº 235/2021**

**Concorrência nº 02/2021**

Trata-se de processo licitatório para contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação, com o objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

O processo deu entrada nessa assessoria jurídica para análise quanto aos recursos administrativos apresentados pelas licitantes Ramal Propaganda Ltda e Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli.

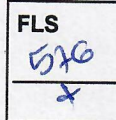
A licitante Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli dentre vários apontamentos técnicos em sua nota e na nota da licitante Ramal, questionou também o procedimento de formação da subcomissão técnica, alegando que se encontram eivados de vícios na sua formação.

Já a licitante Ramal Propaganda Ltda fez diversos apontamentos acerca da sua pontuação e da licitante Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli.

Ambas as licitantes apresentaram contrarrazões aos recursos interposto pela parte adversa.

Em síntese, esse é o relatório.

**I. Tempestividade**



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**

Cumpra esclarecer que o instrumento convocatório em seu item 12.9 em conjunto com o item 12.9.2 trouxe a previsão de que nos casos de julgamento das propostas técnicas ou de preço que as licitantes poderão interpor recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

No caso em tela, o ato de divulgação do resultado da proposta técnica foi na data de 12/11/2021, e os recursos interpostos na data de 22/11/2021 pela Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli e na data de 22/11/2021 pela Ramal Propaganda Ltda, estando, portanto, dentro do prazo estipulado, demonstrada assim a tempestividade das peças recursais.

**II. Da Preliminar alegada pela licitante Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli**

A recorrente acima mencionada alega como preliminar de nulidade absoluta, em face de descumprimento de preceitos legais, a escolha da subcomissão técnica.

Inicialmente oportuno destacar que a matéria debatida pela empresa, conforme o preceituado na Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas para as licitações e contratação dos serviços de publicidade, é tema de impugnação, vejamos:

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

(...)

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

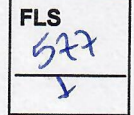
Nessa senda, ante o disposto na legislação a matéria encontra-se preclusa, não obstante isso, mas apenas a título de esclarecer e não deixar quaisquer dúvidas sobre o tema passamos a elucidar os fatos.

Inicialmente foi lançada pelo município de Bonito/MS a Concorrência nº 01/2021, que também tinha por objeto, resumidamente, a contratação de serviços de publicidade, no entanto, em virtude de apontamentos realizados pelo egrégio Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso do Sul, o município com o intuito de sanear

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'B' and a signature that appears to be 'Art e Traço'.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**



quaisquer eventuais obscuridades no certame anulou o procedimento licitatório, por motivos totalmente alheios à formação da subcomissão técnica, e deu início novamente ao certame com a Concorrência em tela.

Conforme se verifica nos autos o procedimento de chamamento público para inscrição e seleção dos membros da subcomissão técnica foi republicado, na data de 27 de agosto de 2021, para saneamento de possíveis incorreções, sem que tenha causado nenhum prejuízo ao procedimento, no próprio parecer jurídico que analisou a republicação do chamamento, já ficou consignado que caso não houvessem novas inscrições a subcomissão formada anteriormente seria republicada.

De fato, foi o que ocorreu, não havendo novos interessados em participar da subcomissão, a formada anteriormente foi mantida, com a alteração somente do Presidente, tendo em vista que o servidor que havia sido designado para tal função não mais pertencia ao quadro de funcionários do Município de Bonito/MS.

Posto isto, temos que a formação da subcomissão, desde o princípio de sua formação, atendeu ao disposto na Lei nº 12.232/2010, em seu art. 10 e parágrafos, vejamos:

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

(...)

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

(...)

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

(...)

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

B. M. M.  
del. P.





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**



Dessa forma, conforme podemos auferir do processo de Chamamento Público nº 01/2021, que precedeu a Concorrência nº 02/2021, temos que a formação da subcomissão técnica atendeu a todos os preceitos legais necessários à sua formação, não assistindo razão, portanto, os argumentos apresentados pela recorrente Art e Traço Publicidade & Assessoria Eireli.

Ademais, temos no direito administrativo o instituto do aproveitamento dos atos administrativos, que não possuem ilegalidade em sua realização, como ocorreu no caso em análise, para conferir celeridade aos trâmites da contratação, foram reaproveitados os atos realizados para formação da subcomissão.

E ainda que houvesse alguma inconformidade na formação inicial da subcomissão técnica, a republicação, que oportunizou a inscrição de novos membros, mas que não teve nenhuma inscrição nova, convalidou a subcomissão anteriormente formada, visto que em nenhum momento houve qualquer impugnação acerca dessa matéria, e todos os atos foram realizados conforme o determinado na Lei nº 12.232/2010.

**III. Dos questionamentos acerca da pontuação na proposta técnica**

A Lei nº 12.232/2010, que orienta as licitações e contratações dos serviços de publicidade junto à Administração Pública, estabelece em seu art. 7º, os quesitos que devem ser avaliados nas propostas técnicas apresentadas pelas empresas participantes dos certames, sendo eles:

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

Handwritten signatures and initials: "P" on the left margin, "mm" and "del" on the right margin.



FLS  
579  
1

## ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL MUNICÍPIO DE BONITO

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Nota-se que são quesitos de natureza subjetiva, que fica a cargo de cada avaliador, dependendo de suas experiências com o tema, realizar a análise e chegar na nota que melhor se adequa a cada proposta.

Ainda que o edital delimite os critérios de avaliação, sendo um norte importante (e necessário) para subsidiar a Subcomissão Técnica, é inegável que ainda resta um elevado grau de subjetividade no julgamento. Existem várias soluções possíveis para o problema de comunicação delimitado, igualmente válidas. A criatividade, um dos elementos centrais a ser analisado nas propostas, é impossível de ser parametrizada. E a valoração também se dá na comparação entre as propostas apresentadas, trazendo mais um elemento de discricionariedade ao julgamento.

Partindo desse pressuposto a Subcomissão Técnica realizou nova análise, em confronto com os argumentos trazidos pelas licitantes, e apurou as seguintes pontuações:

### ART E TRAÇO PUBLICIDADE & ASSESSORIA EIRELI

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média).
Raciocínio Básico	10	10	10	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	20	20	20
Ideia Criativa	18	20	19	19
Estratégia de Mídia e Não Mídia	9,75	9,5	9,5	9,58

PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE: 58,58



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO

FLS  
580  
7

RAMAL PROPAGANDA LTDA

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média).
Raciocínio Básico	10	10	10	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	20	20	20
Ideia Criativa	18	18	19,5	18,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	9,5	9,5	9,5	9,5

PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE: 58

IV. Conclusão

Diante do exposto regulamentado no edital e com base na Lei que rege o certame, conhecemos dos recursos interpostos, em razão de sua tempestividade, para em seu mérito dar-lhe provimento parcial, alterando as notas técnicas das licitantes ART E TRAÇO PUBLICIDADE & ASSESSORIA EIRELI e RAMAL PROPAGANDA LTDA, nos termos do parecer técnico emitido pela Subcomissão Técnica.

Bonito/MS, 26 de janeiro de 2022

*Isabelle M. Castilho*

**IZABELLE MARQUES CASTILHO**  
Assessora Jurídica OAB/MS - 17.564 - B

*Bruna de S. Ximenes*

**Bruna de Souza Ximenes,**  
Presidente.

*Handwritten signature/initials*



FLS
581
X

**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
MUNICÍPIO DE BONITO**

*Ana Carla Leite*

**Ana Carla Leite,  
Secretaria.**

*Milene Oliveira Gomes Rosa*

**Milene Oliveira Gomes Rosa,  
Membro.**

*Josmail Rodrigues*

**Josmail Rodrigues,  
Prefeito Municipal.**

*ML*  
*B*