



**PARECER DE JULGAMENTO DE RECURSO ADMINISTRATIVO**  
**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2022 – CPL/PMB**

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, DE INTERESSE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE BACABAL.

**RECORRENTES:** H. M. DO NASCIMENTO LTDA;  
ECLÉTICA COMUNICAÇÃO LTDA.

**RECORRIDO:** COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL/PMB.

Trata-se de Recursos Administrativos interpostos pelas empresas H M DO NASCIMENTO LTDA e ECLÉTICA COMUNICAÇÃO LTDA em razão de seus inconformismos destas com as notas técnicas atribuídas pela comissão julgadora na análise dos envelopes 01 e 03 apresentados na Concorrência nº 002/2022, que tem como objeto é a *“Contratação de empresa especializada na Prestação de serviços de publicidade, compreendendo 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, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, de interesse da Prefeitura Municipal de Bacabal”*.

**DA TEMPESTIVIDADE**

Na Concorrência Pública, a manifestação da intenção de interpor recurso deve ser apresentada no ato da reunião e deve se fazer constar em ata tais argumentos. Desta feita, começa a partir daí a contagem do prazo legal para apresentação das razões em até 5 (cinco) dias, de acordo com o que rege o Artigo 109º da Lei Federal nº 8.666/93, prazo este que se encerrou no dia 18 de outubro do corrente ano.

As duas recorrentes registraram seus Recursos Administrativos no setor de protocolo da Prefeitura Municipal de Bacabal no dia 17 de outubro, ficando dentro do prazo estabelecido conforme preceitua a legislação.

**DAS ALEGAÇÕES DAS RECORRENTES**

Em suas razões as Recorrentes alegam, em breve síntese, os seguintes argumentos:



- **H M DO NASCIMENTO LTDA:** alega que a agência Belfort descumpriu os itens 11.9.2, 11.10, 11.6, 11.8.1, 11.8.2, 11.3.2, 11.3.3.3 e 11.3.4 e que a Agência Eclética não tem seus relatos formalmente referendados, bem como não consta o relato de exposição do governo do Piauí;

- **ECLÉTICA COMUNICAÇÃO LTDA:** pugna pela falta de isonomia no critério de compra de mídia, da classificação como "falha da proposta" quanto à disposição do tempo de execução da campanha, das notas atribuídas à proposta não identificada nº 2, que também não teria cumprido os requisitos dispostos nos itens 11.3.4, "a" e 11.3.4.2 do instrumento convocatório, bem como do descumprimento do item 11.8.1 do edital pela agência DINO C.G. BELFORT;

Por fim, destaca-se que, da leitura dos recursos ora apreciados, depreende-se que ambos versam sobre a verificação das notas atribuídas no julgamento dos envelopes 01 e 03 do certame licitatório em apreço.

**É o relatório.**

### **DA ANÁLISE**

Em sede de juízo de admissibilidade, há de se destacar o cumprimento dos requisitos para a interposição dos recursos, inclusive no que diz respeito à sua Tempestividade.

No que tange ao mérito, tendo em vista que os recursos versam sobre a aplicação das notas pela Subcomissão Julgadora, é imperioso trazer à tona o posicionamento exarado pelos seus integrantes, nos seguintes termos:

#### **Julgador Francisco De Sousa Lima Netto**

##### **ÉCLETICA**

##### **QUESTIONAMENTO 1**

RESPOSTA: quanto a proposta e abrangência local da campanha com vista a sensibilização dos moradores da cidade reitero que vendo de maneira técnica e estratégica o uso de tv's e influencers locais teria menor custo e maior audiência, conseqüentemente trazendo resultado esperado para a campanha de conscientização.

##### **QUESTIONAMENTO 2**

RESPOSTA: como se observa o tempo para a realização de uma campanha de conscientização foi a principal ressalva para a retirada da pontuação, bem como o quantitativo feito para esses dois meses, onde esse tipo de campanha precisa ter uma ação contínua e duradoura nas mídias, inclusive mostrando o que já melhorou, relatos de moradores sobre a campanha para buscar a



adesão de outros que ainda não caíram de cabeça na sensibilização.

#### QUESTIONAMENTO 3

RESPOSTA: foi solicitado pela licitante a desclassificação da empresa em questão, porém não se observa no edital este item como desclassificatório.

### **H M DO NASCIMENTO**

#### QUESTIONAMENTO 1

RESPOSTA: a resposta emitida na avaliação não trata de juntar agentes mirins a empresas privadas, como descrito no recursos, mas sim, questionando qual o poder de influência de agente mirins para a mudança e sensibilização das empresas para uma mudança de hábito, o que vejo em minha avaliação que não surtiria nenhum ou pouco efeito, dando como sugestão outras estratégias inserindo incentivos fiscais para empresas que menos poluem ou que possuem estratégias sustentáveis para a melhoria do meio ambiente.

No que tange aos comentários pessoais a recorrente alega há avaliação divergente para ferramentas iguais usadas pela concorrente. Nos comentários pessoais observa-se o uso da ferramenta em consonância com a estratégia, o que na minha avaliação a empresa recorrente não conseguiu alcançar. Inútil ter ferramenta se não sabe ou não tem a capacidade para implementar a estratégia.

### **Julgador Antonio Francisco das Chagas de O. Sousa**

#### **ÉCLETICA**

#### QUESTIONAMENTO 1

RESPOSTA: a proposta de campanha direcionada aos moradores da cidade reforço que o uso da estratégia de tv's e influencers locais teria menor custo e maior audiência, ainda com o uso das redes sociais organicamente, tendo assim a quebra de custo e utilizando em maio reforço as tvs locais. considerando em último caso tv mirante com mídias mensal de contrato fixo, assim podendo ter um valor menor.

#### QUESTIONAMENTO 2

RESPOSTA: reforço, gostei da campanha! Mas vendo que o tempo da campanha para a conscientização foi o principal motivo da redução dos pontos, com apenas dois meses de campanha sem alguma avaliação de desenvolvimento da ação. precisaria de uma ação contínua para um melhor desempenho.

#### QUESTIONAMENTO 3

RESPOSTA: com a solicitado pela licitante a desclassificação da



empresa em questão, não observa a questão do edital a cláusula de desclassificação, assim em minha decisão apenas a redução de pontos.

## **H M DO NASCIMENTO LTDA**

### **QUESTIONAMENTO 1**

RESPOSTA: ao item apresentado reforço que ainda é fraco. com um slogan ultrapassado e sem impacto para o público destinado, algo que parece ser copiado. ainda assim poderia ser melhor. não tem a intenção de conscientização ao público.

sobre os comentários da recorrente alega há avaliação divergente para ferramentas iguais usadas pela concorrente. nos comentários pessoais observa-se o uso da ferramenta em concordância com a estratégia de campanha, já a recorrente não conseguiu mostrar algo melhor.

## **Julgador Whosyrian Alex Costa Holanda**

### **ÉCLETICA**

#### **QUESTIONAMENTO 1**

RESPOSTA: o público alvo é a população de bacabal, o ideal será usar todos os meios de comunicação da cidade local.

com o resultado da campanha, aí sim, poderá ser propagado para uma área de maior abrangência (tv mirante), proposto na estratégia de mídia e não mídia.

#### **QUESTIONAMENTO 2 (ENVELOPE 01)**

RESPOSTA: reforço a resposta do a4, a tv mirante não existe uma programação local forte, como a tv mirante poderia influenciar? se a ação dos agentes mirins é restrita a cidade de bacabal.

#### **QUESTIONAMENTO 3**

RESPOSTA: a resposta do questionamento está na própria justificativa, “essa ferramenta me parece um luxo inócuo.”

Além disso, o orçamento total da campanha reserva quase 1/3 do seu valor total para veiculação na tv mirante (cocaís, acredito); Mais do que um luxo inútil, neste caso trata-se de um desperdício, na medida em que as inserções neste veículo alcançam 51 (!) municípios, que somam mais de 1 milhão e 600 mil habitantes (16 vezes a população de bacabal), o que significa que, dos R\$ 93.116,00 propostos para esse veículo, apenas R\$ 5.820,00 seriam usados para alcançar nosso público alvo.

Melhor seria investir nas tvs de alcance local e reservar mais recursos para criação e produção de peças mais decentes, digo, eficientes (estou irritado, após avaliar a ideia criativa deste licitante).

## **H M DO NASCIMENTO LTDA**



QUESTIONAMENTO 1 (INDAGOU QUE A LICITANTE PROPÕE USO DE CRIANÇAS NA CAMPANHA E PORQUE NO 9º ANO? QUAL A FUNÇÃO DO AGENTE MIRIM?)

RESPOSTA: não é a questão de ser criança e sim a motivação, porque apenas 1 (uma) criança da turma? isso pode causar concorrência e desmotivação para o restante da turma, o ideal seria que todos participassem de uma forma coletiva com um único objetivo.

Ora, tendo em vista que o instrumento convocatório, e a própria Lei Federal nº 12.232/2010 determinam que o julgamento das propostas técnicas será realizado exclusivamente pela subcomissão julgadora, e que os seus integrantes justificaram suas pontuações, não cabe, a esta Comissão Permanente de Licitações proferir juízo de valor sobre as pontuações estabelecidas em sede recursal.

Neste interim, cumpre salientar que os certames licitatórios instaurados sob a égide da Lei Federal nº 12.232/2010 devem sempre ter, como critério de julgamento, a “técnica”, deixando, evidente, que este elemento caracteriza-se como essencial na apreciação das propostas.

Desta feita, verifica-se que, em suas manifestações, os membros da Subcomissão Avaliadora levaram em conta todos os elementos presentes na documentação apresentada pelos licitantes no momento da atribuição da pontuação conferida às propostas, inclusive, em análise recursal.

### **CONCLUSÃO**

Isto posto, esta Comissão Permanente de Licitações do município de Bacabal/MA recebe os Recursos Administrativos interpostos pelas empresas H M DO NASCIMENTO LTDA e ECLÉTICA COMUNICAÇÃO LTDA e, em análise de seu mérito, julga-os **IMPROCEDENTES**, pelos fatos e razões anteriormente expostos, culminando na manutenção da pontuação constante na Ata da Segunda Sessão de Licitação Pública referente à Concorrência nº 002/2022 – CPL/PMB, realizada em 11 de outubro de 2022.

Bacabal – MA, 23 de novembro de 2022.

**ALAN AMORIM NASCIMENTO**

*Presidente da CPL/PMB.*