



# Diário Oficial do **MUNICÍPIO**

Prefeitura Municipal de Santo Antônio de Jesus

1

Quinta-feira • 30 de Setembro de 2021 • Ano • Nº 8068

Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

## Prefeitura Municipal de Santo Antônio de Jesus publica:

- **Decisão Definitiva da Concorrência Pública nº 001/2021** - Recurso Administrativo Hierárquico interposto pela licitante Vetor Marketing e Publicidade Ltda.
- **Extrato do Segundo Termo Aditivo vinculado ao Contrato nº 243/2019** - Contratada: Empresa Porto Seguro Companhia de Seguros Gerais.

**Imprensa Oficial. Tá aqui, tá legal.**

Lei exige que todo gestor publique seus atos no seu veículo oficial para que a gestão seja mais transparente. A Imprensa Oficial cumpre esse papel.

**Imprensa Oficial**  
a publicidade legal  
levada a sério

## Licitações



ESTADO DA BAHIA  
**Município de Santo Antônio de Jesus**  
Prefeitura Municipal

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021.**

*DECISÃO DEFINITIVA - RECURSO ADMINISTRATIVO HIERÁRQUICO INTERPOSTO  
PELA LICITANTE VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA.*

O **PREFEITO MUNICIPAL**, no uso de suas atribuições legais, em conformidade com o disposto no art. 109, § 4º, da Lei nº 8.666/93, e

CONSIDERANDO o posicionamento adotado pela Subcomissão Técnica no julgamento da licitação;


CONSIDERANDO as alegações apresentadas no Recurso interposto pela licitante VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA.;

CONSIDERANDO os fatos circunstanciados pela Subcomissão Técnica;

### **RESOLVE**

**NEGAR PROVIMENTO** ao presente recurso, para, em consonância com os princípios e normas que regem a licitação, manter todos os atos praticados até então no bojo da CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021.

Santo Antônio de Jesus/BA, 29 de setembro de 2021

  
**GENIVAL DEOLINO SOUZA**  
Prefeito Municipal

**JULGAMENTO DE RECURSO**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021.**

**OBJETO:** contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, 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, para os órgãos da Prefeitura Municipal de Santo Antônio de Jesus, de acordo com as especificações constantes neste Edital e seus Anexos.

**DATA DE ABERTURA:** 26/04/2021

**RECORRENTE:** VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA.

**DA TEMPESTIVIDADE DO RECURSO E CONTRARRAZÕES**

A decisão de julgamento das propostas técnicas foi divulgada em sessão pública em 02/09/2021. A recorrente apresentou seu recurso em 10/09/2021.

Na forma do art. 109, I, b da Lei 8.666/93 o prazo para apresentação de recurso contra decisão que julga propostas é de 5 dias úteis. Desta forma, tempestivo o recurso apresentado.

Outrossim, na data de 20/09/2021 foram protocolizadas contrarrazões de recurso pela empresa FS PUBLICIDADE E EVENTOS LTDA – ME. Também tempestivas tendo em vista que a comunicação do recurso aos demais licitantes se deu em 14/09/2021, em consequência do que se deflagrou prazo de 5 dias para impugnação do recurso, na forma do art. 109, §3º da Lei 8.666/93.

**RESUMO DOS FATOS**

A Recorrente, insatisfeita com a atribuição de nota técnica insurge-se contra o julgamento da Subcomissão Técnica interpondo o Recurso Administrativo, analisado adiante, argumentando ausência de critério objetivo de julgamento e falta de isonomia no procedimento licitatório.

 1

#### **DO PEDIDO RECURSAL**

“(…) requeremos: 1) As notas atribuídas à proposta técnica (Ideia Criativa) da recorrente VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA sejam devidamente revisadas em atendimento ao disposto na Lei 12.232/2010 e baseado no entendimento fornecido no item 2.1; 2) As notas atribuídas à recorrente VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA no Plano de Comunicação – Estratégia de Mídia e não mídia sejam retificadas com base nos esclarecimentos prestados no item 2.2; 3) As notas atribuídas à LICITANTE F S PUBLICIDADE E EVENTO LTDA – ME no Plano de Comunicação – Estratégia de Mídia e Não mídia sejam retificadas com base nos esclarecimentos prestados no item 2.3; 4) Sejam apresentadas as justificativas individualizadas pelos membros da Subcomissão Técnica, conforme preconiza a Lei 12.232/2010 e edital de licitação”

#### **DO PEDIDO DE CONTRARRAZÕES**

“(…) requer a impugnante que o recurso interposto pela VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA., seja totalmente desprovido”.

#### **DO JULGAMENTO**

DO PONTO: 2.1 REVISÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA AO QUESITO IDEIA CRIATIVA DA LICITANTE VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA.

RECORRENTE: A Recorrente insurge-se contra a justificativa da Subcomissão de que “a licitante deixou as realizações da gestão relegadas a segundo plano(…)”. Traz em seu recurso cenas do roteiro de vídeo e aduz que elas deixam claro as ações e entregas da gestão. Conclui afirmando ser cabível a revisão das peças e principalmente da nota atribuída à ideia criativa da recorrente.

RECORRIDA: A Recorrida F S PUBLICIDADE em suas contrarrazões afirma, por sua vez, que a nota atribuída à Recorrente está em conformidade com os critérios que regem uma boa publicidade, posto que a Recorrente concentrou as realizações da gestão em uma única peça que será veiculada apenas na TV Subaé.

DECISÃO: Neste ponto, a Subcomissão Técnica entende como improcedente o argumento levantado pela Recorrente VETOR. Da análise do ENVELOPE A resta evidenciado, ao

 2

entendimento desta Subcomissão, que a priorização das peças publicitárias apresentadas pela Recorrente foi a satisfação popular decorrente da ação governamental que se pretendia divulgar, quando o cerne deveria ser a PRÓPRIA ação governamental. Isto é, o enfoque publicitário deveria ser a ação realizada e não a satisfação e felicidade das pessoas em decorrência deste ou daquele benefício divulgado.

Quanto à alegação da Recorrente de que “no VT de 30 segundo (sic), cerca da metade do seu tempo seja destinado a apresentação das ações da prefeitura”, constatou-se, da análise dos documentos, que tal afirmativa é equivocada. Numa leitura do texto destinado para o áudio do filme, mesmo lenta, fica evidente que a parte que fala sobre as realizações não chega a 10 segundos, ou seja, não atinge a marca de um terço do tempo total do filme, reforçando o posicionamento técnico adotado por esta Subcomissão.

Pelo exposto, entendemos que deva ser negado provimento ao recurso no que se refere ao argumento em análise.

DO PONTO: 2.2 DISCREPÂNCIA E AUSÊNCIA DE OBJETIVIDADE NAS NOTAS TÉCNICAS ATRIBUÍDAS ÀS LICITANTES PARTICIPANTES

RECORRENTE: *A Recorrente aduz que não houve critério objetivo no julgamento e houve grande diferença na atribuição de pontuação entre as licitantes de itens supostamente não atendidos. Cita como exemplo o subitem “Estratégia de Mídia (Envelope A – Plano de Comunicação)”. Alega que a Subcomissão Técnica lhe atribuiu nota final 5 de um total de 15 no subquesto “economicidade” por não haver precificado um determinado item e que não seria razoável a retirada de 2/3 dos pontos decorrente de apenas um subquesto. Afirma que, por outro lado, a licitante F S Publicidade e Eventos Ltda. teve pontuação retirada pelo mesmo critério de não atendimento à economicidade, no entanto sua média final foi de 13,3 pontos. Aduz que situação semelhante ocorreu com EPP Publicidade e Propaganda Eireli, em que a referida licitante teve a mesma observação e obteve nota final de 10,7 pontos. Conclui afirmando que houve evidente discrepância entre a atribuição de notas para licitantes que tiveram o mesmo e único apontamento (economicidade), no entanto as notas atribuídas foram diferentes.*

RECORRIDA: *A Recorrida alega que quando a Recorrente deixou de orçar a peça destinada ao Programa “Papo da Gente”, passou a ter vantagem sobre as demais licitantes, posto que utilizou verba para ampliar sua estratégia de comunicação/mídia. A rigor, deveria ter sido a*

3

*mesma desclassificada, assim, não há que se falar eu a mesma foi excessivamente penalizada. Aduz ainda que considerando-se o efetivo custo de produção da peça, a Recorrente excederia, inclusive, a verba de referência estabelecida no edital, para apresentação da Campanha Teste.*

DECISÃO: Também com relação a este ponto a Subcomissão Técnica entende como improcedente o argumento apresentado pela Recorrente. Conforme já relatado por esta mesma Subcomissão no momento da justificativa das notas apresentadas foi dito que: “A Subcomissão Técnica optou por tirar pontuação na Estratégia de Mídia por acreditar que a licitante não precificou corretamente a Tabela de Mídia, principalmente no item Programa Semanal em formato de Live, que a mesma colocou ZERO gasto em produção e em veiculação, algo que não condiz com a realidade. No mínimo gastos com luz, maquiagem, equipamentos ou material humano exigiria um mínimo, que fosse, de gasto que deveria estar contido na Planilha de Custos de Produção e Veiculação. Caso precificasse, como deveria ter feito, a licitante provavelmente ultrapassaria o limite de verba destinado para a Campanha Teste, já que utilizou praticamente 100% da verba ofertada, o que também já a incluiria em uma perda de pontos no quesito “economicidade”.

Assim sendo, retirar um terço da pontuação máxima possível foi razoável diante da falha grave apresentada pela licitante neste quesito. Por esta razão, também razão não assiste à Recorrente neste particular.

DO PONTO: 2.3 REVISÃO DAS NOTAS TÉCNICAS ATRIBUÍDAS À LICITANTE F S PUBLICIDADE E EVENTOS LTDA – ME.

RECORRENTE: A Recorrente alega ser necessário revisar a nota técnica atribuída ao item estratégia de mídia da licitante F S Publicidade e Eventos Ltda – ME, pois a mesma teve média final acima do que realmente foi apresentado no quesito estratégia de mídia e não mídia. Aduz que a Recorrida foi a única a ignorar a veiculação de mídia em TV, demonstrando desconhecimento sobre a força deste tipo de mídia. Afirma ainda que a Recorrida alocou 33% do total da verba de mídia em veiculação de rádio e carro de som ao passo que só prevê uma produção de spot de 30 segundos. Conclui afirmando que o valor em veiculação está muito alto, impossibilitando o investimento em outras mídias. Aduz ainda que o investimento em veiculação em blogs da região chega a 50% do valor do investimento total previsto e que tal percentual não



4

*é justificável. Arremata alegando que a Recorrida ignorou o espaço de mídia indoor do Shopping Itaguari que é feito de forma gratuita para condômino.*

RECORRIDA: *A Recorrida alega rádios e blogs são os principais meios de comunicação consumidos pelos santo-antonienses, além de que existem blogs específicos para cada faixa etária e perfil da população e, como é solicitado pelo edital, tem-se que atingir bem a população da cidade. A Recorrida afirma ainda em sua defesa que quanto a mídia indoor no Shopping Itaguari, a mesma não foi utilizada em seu planejamento de mídia, pois foi criada pelo shopping para veiculação de suas próprias campanhas e o mesmo cede para os condôminos mediante disponibilidade. Afirma ainda que no período determinado pelo edital o shopping estaria veiculando sua campanha de dia das mães e dia dos namorados, tendo a Recorrente prometido em seu plano de mídia peça que não poderia ser entregue.*

DECISAO: Neste ponto, a Subcomissão Técnica entende também como improcedente o argumento da Recorrente.

Esta Subcomissão já puniu com retirada de pontos a licitante FS Publicidade e Eventos pela não inclusão do meio TV em sua Estratégia de Mídia. Apesar de suas contrarrazões tentarem justificar novamente sua ausência, não há que se retornar a tal análise, mesmo porque a Recorrida não apresentou Recurso específico e tempestivo contra a nota que lhe foi atribuída, limitando-se a responder ao Recurso de VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA.

Quanto ao pedido de recontagem de pontos no quesito Estratégia de Mídia da licitante FS Publicidade e Eventos LTDA – ME, também não assiste razão à Recorrente, adotando-se como fundamento as justificativas apresentadas em contrarrazões pela Recorrida por estarem em consonância com muitos dos critérios adotados para o aferimento da sua pontuação final no mencionado quesito.

Isto posto, também quanto a este argumento não deve ser dado provimento ao recurso interposto.

DO PONTO: 2.4 AUSÊNCIA DE ANÁLISE E JUSTIFICATIVA INDIVIDUALIZADA PELOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

RECORRENTE: *A Recorrente alega que as notas apresentadas estão unificadas em uma única tabela, não estando em planilhas individualizadas por membro julgador. Aduz também que as*



5

*justificativas são sucintas e não estão apresentadas de modo individualizado por julgador, não permitindo compreender o motivo da atribuição de notas tão divergentes.*

**DECISÃO:** As análises individualizadas, tal como preconiza o item 9.4.3 do edital, constam do processo administrativo à disposição de todos os interessados, bem como todos os demais documentos do procedimento licitatório.

No que se refere às notas, estão individualizadas por jurado em planilha de fácil compreensão constante da *Ata de Sessão para Apuração Geral das Propostas Técnicas*, conforme exemplo abaixo contendo notas da Recorrente e Recorrida:

ENVELOPE "A" - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, VIA NÃO IDENTIFICADA

EMPRESA: F S PUBLICIDADE E EVENTOS LTDA - ME				
CAMPANHA: BOM PARA A CIDADE, MELHOR PARA VOCE				
QUESITOS	JURADO 1 (J1)	JURADO 2 (J2)	JURADO 3 (J3)	MÉDIA
1. RACIOCINIO BASICO	5,0	5,0	5,0	5,0
2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	15,0	15,0	15,0	15,0
3. IDEIA CRIATIVA	29,0	29,0	29,0	29,0
4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA	13,0	13,0	14,0	13,3
MÉDIA FINAL				62,3

EMPRESA: VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA				
CAMPANHA: UMA GESTÃO INSPIRADA EM VOCÊ				
QUESITOS	JURADO 1 (J1)	JURADO 2 (J2)	JURADO 3 (J3)	MÉDIA
1. RACIOCINIO BASICO	5,0	5,0	5,0	5,0
2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	15,0	15,0	15,0	15,0
3. IDEIA CRIATIVA	25,0	20,0	20,0	21,7
4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA	5,0	5,0	5,0	5,0
MÉDIA FINAL				46,7



EMPRESA: VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA. - 31.568.560/0001-70 (VETOR AGENCIA CRIATIVA)				
QUESITOS	JURADO 1 (J1)	JURADO 2 (J2)	JURADO 3 (J3)	MÉDIA
<b>1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>				
Experiência em Publicidade (08 pontos)	8,0	8,0	8,0	8,0
Recursos Humanos e de Infraestrutura (4 pontos)	4,0	4,0	4,0	4,0
Informações de Marketing e comunicação (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
<b>2. REPERTÓRIO</b>				
Ideia Criativa e sua pertinência (5 pontos)	5,0	5,0	5,0	5,0
Clareza da Campanha (2 pontos)	2,0	2,0	2,0	2,0
Qualidade da execução e do acabamento (3 pontos)	1,0	1,0	1,0	1,0
<b>3. RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b>				
Concatenação lógica da exposição (2 pontos)	2,0	2,0	2,0	2,0
Evidência do planejamento publicitário (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
Relevância dos resultados apresentados (2 pontos)	2,0	2,0	2,0	2,0
<b>MÉDIA FINAL</b>				<b>33,0</b>

EMPRESA: F S PUBLICIDADE E EVENTOS LTDA. ME - 03.451.857/0001-16 (DESIGN PRINT)				
QUESITOS	JURADO 1 (J1)	JURADO 2 (J2)	JURADO 3 (J3)	MÉDIA
<b>1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>				
Experiência em Publicidade (08 pontos)	8,0	8,0	8,0	8,0
Recursos Humanos e de Infraestrutura (4 pontos)	4,0	4,0	4,0	4,0
Informações de Marketing e comunicação (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
<b>2. REPERTÓRIO</b>				
Ideia Criativa e sua pertinência (5 pontos)	5,0	5,0	5,0	5,0
Clareza da Campanha (2 pontos)	2,0	2,0	2,0	2,0
Qualidade da execução e do acabamento (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
<b>3. RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b>				
Concatenação lógica da exposição (2 pontos)	2,0	2,0	2,0	2,0
Evidência do planejamento publicitário (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (3 pontos)	3,0	3,0	3,0	3,0
Relevância dos resultados apresentados (2 pontos)	2,0	2,0	2,0	2,0
<b>MÉDIA FINAL</b>				<b>35,0</b>

Isto posto, também quanto ao argumento procedimental suscitado, razão não deve assistir à Recorrente.

### **DA DECISÃO**




Face ao exposto, a Subcomissão Técnica, fundamentada nos termos do edital, e com base no princípio da vinculação ao instrumento convocatório, na melhor doutrina e nos dispositivos da Lei 8.666/93, resolve e recomenda conhecer do recurso interposto pela VETOR MARKETING E PUBLICIDADE LTDA., para no mérito:

1 – **NEGAR PROVIMENTO** ao presente recurso, para, em consonância com os princípios e normas que regem a licitação, manter todos os atos praticados até então no bojo da CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021.

2- Atribuir eficácia hierárquica ao presente recurso, submetendo-a a apreciação do Sr. Prefeito Municipal para ratificação ou reforma da decisão.

É o parecer, SMJ.

Santo Antônio de Jesus/BA, 29 de setembro de 2021.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA		
 <b>José Luciano Almeida</b> Santos	 <b>Edilson Oliveira Souza</b>	 <b>Silvia Barreto Brito</b> Malta

## ***Termos Aditivos***

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO ANTÔNIO DE JESUS-BAHIA**  
CNPJ - Nº. 13.825.476/0001-03  
**EXTRATO DE TERMO ADITIVO**

**SEGUNDO TERMO ADITIVO** vinculado ao **CONTRATO Nº. 243/2019**, que tem por objeto a prorrogação de prazo ao contrato n º 243/2019, o qual tem como objeto a contratação de empresa para prestação de serviço de seguro total para os seguintes veículos: 01 (Uma) Chevrolet – Nova S10, Cabine dupla, LS 2.8, CTDI 4X4, ano/modelo 2019/2020, placa PLU4G53 e 01(um) Chevrolet – Onix Hatch Joy 1.0, ano/modelo 2019/2019, placa PLR2I93; com justificativa inserida no Processo Administrativo nº 37450/2020. **CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE SANTO ANTÔNIO DE JESUS, ATRAVÉS DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE. CONTRATADO:** Empresa **PORTO SEGURO COMPANHIA DE SEGUROS GERAIS**, inscrita no CNPJ/MF sob nº 61.198.164/0001-60, com sede na Avenida Rio Branco, nº 1.489, Rua Guaianazes, Nº 1238, Campos Elíseos, São Paulo – Capital, telefone (11) 3366-8085, doravante denominada CONTRATADA, representada pelo Sr. Emerson Pinheiro Valentim, portador do RG nº 26.205.397-4 SSP/SP, inscrito no CPF nº 176.684.738-23, e Sra. Neide Oliveira Souza, portadora do RG nº. 28.543.390-8 SSP/SP, inscrita no CPF nº 205408568/51. **BASE LEGAL:** Lei Federal nº. 8.666/93 e Processo Administrativo nº. 8921/2021. Assinado em **27/09/2021. VIGÊNCIA: 28/09/2021 à 28/09/2022. GENIVAL DEOLINO SOUZA** Prefeito e **JOSÉ LEONEL CAFEZEIRO ARGOLO**, Gestor do Fundo Municipal de Saúde.