
RESPOSTA AO RECURSO ADMINISTRATIVO E DECISÃO FINAL

PROCESSO LICITATÓRIO: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2025 – PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT – MODALIDADE: Melhor Técnica e Preço
OBJETO: Contratação de 04 (quatro) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Rondonópolis/MT, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do poder executivo municipal da administração pública direta e indireta, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, Conforme art. 37, § 1º da Constituição Federal, conforme termo de referência encaminhado pelo Gabinete de Comunicação Social.

I. RELATÓRIO / RESUMO DO RECURSO DA NOVA S.A.

A licitante NOVA S.A., classificada em 5º lugar com nota final de 95,05 pontos, interpôs Recurso Administrativo solicitando a revisão do julgamento técnico. A Recorrente alegou a existência de graves falhas e vícios nas propostas técnicas das quatro primeiras classificadas (DMD, Soul, Logus e Gonçalves Cordeiro) e requereu a majoração de sua própria nota, buscando a reclassificação entre as quatro primeiras colocadas.

Os principais apontamentos da NOVA S.A. contra as concorrentes são:

- Contra Gonçalves Cordeiro (4ª Colocada): Apresentação irregular do pen drive (sem envelope branco, com possível identificação); Veiculação extramunicipal (fora dos limites do Município, em afronta à Lei Orgânica local); Preços inexequíveis ou em desacordo com o edital (uso de tabela não cheia no Cinema, omissão de custos técnicos, e extrapolação do orçamento de R\$ 800.000,00).
- Contra Logos (3ª Colocada): Veiculação extramunicipal (site de alcance nacional); Definição de público-alvo inadequada (restrito a "18+"); Inconsistência cronológica de execução na estratégia de mídia (datas contraditórias nas planilhas); Erro no dimensionamento de peças/custos (Outdoor) e omissão de custo obrigatório (link de TV).
- Contra Soul (2ª Colocada): Apresentação irregular do pen drive (sem envelope branco); Duplicidade de peças criativas; Falta de tática clara na defesa de mídia e uso não previsto de peça criada (Jingle 60").
- Contra DMD (1ª Colocada): Uso de dados genéricos de mídia (sem especificações locais para Rondonópolis); Distribuição inadequada em rádio (apenas 10% do investimento para meio regional predominante); Falhas na programação de rádio (padrão repetitivo); Erro nos valores de tabela utilizados para TV.

A Recorrente argumenta que sua proposta é plenamente aderente ao edital e ao briefing, com fidelidade ao público-alvo, dados locais atualizados, estratégia de mídia detalhada e orçamento rigoroso, e, portanto, foi subavaliada.

II. RESUMO DAS CONTRARRAZÕES

As empresas DMD, Gonçalves Cordeiro, Soul e Logos apresentaram contrarrazões, refutando as alegações da NOVA S.A. e defendendo a manutenção da pontuação e classificação.

1. **DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA:** DMD sustenta que sua proposta técnica está em total conformidade com as regras do Edital. Afirma que as críticas da NOVA S.A. são descabidas e demonstram desconhecimento técnico. Em defesa do uso de dados de mídia, DMD alega ter utilizado fontes oficiais e referências técnicas absolutas (Edison Research, IBOPE, Cross Platform View), que garantem maior robustez do que pesquisas locais de escopo reduzido. DMD assegura que o investimento de 10% em rádio é parte de uma estratégia integrada e que o volume absoluto de inserções garante presença diária. Confirma a utilização correta dos valores de tabela cheia para TV, conforme exigido pelo item 13.9.2 do edital.
2. **GONÇALVES CORDEIRO:** Gonçalves Cordeiro argumenta que o direito administrativo moderno repudia o formalismo excessivo, privilegiando a finalidade do ato. O suposto descumprimento do item 13.8.7 (pen drive) não gerou prejuízo à análise técnica ou quebra de isonomia. A veiculação apontada como extramunicipal atende ao planejamento estratégico de mídia e considera a cidade de Rondonópolis como praça central. A empresa afirma que a aplicação da verba se deu dentro do limite financeiro estipulado (R\$ 800.000,00).
3. **SOUL PROPAGANDA LTDA:** A Soul defende que a suposta irregularidade no acondicionamento do pen drive configura mero vício formal que não comprometeu o sigilo ou a imparcialidade do julgamento. Em relação à proposta técnica, Soul afirma que sua estratégia de mídia é robusta, clara e objetiva, alinhada aos critérios e ao briefing. Rechaça as alegações de duplicidade ou inconsistência, afirmando que suas peças demonstram coerência e que o plano de mídia atende plenamente aos objetivos.
4. **LOGOS PROPAGANDA LTDA:** Logos defende a adequação de sua proposta ao público-alvo. A menção a sites de alcance nacional é refutada, indicando que o foco da estratégia digital é local. A empresa reconhece que o erro na programação de TV (Prosa Galponeira) foi um “erro formal de indicação do dia da semana, sem qualquer impacto sobre a execução ou sobre a coerência da programação”.
5. **INTERAGE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA:** A Interage, em suas contrarrazões, solicita a revogação e anulação da Concorrência Presencial nº 01/2025, devido a supostas falhas e irregularidades no processo.
6. **NOVA S.A. (Contrarrazões Próprias):** Em contrarrazões a recurso de terceiros (Imagine Propaganda Ltda.), a própria NOVA S.A. defende que a pontuação técnica a ela



atribuída refletiu uma avaliação rigorosa e imparcial. Em relação a um suposto erro na menção à “Assembleia Legislativa”, a NOVA S.A. alega que foi um erro formal que não teve impacto.

III. ANÁLISE TÉCNICA E FUNDAMENTAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

A Subcomissão Técnica (ST) realizou análise especializada dos apontamentos recursais da NOVA S.A. e de todos os elementos contestados. O parecer técnico da ST recomendou o indeferimento integral das alegações da Recorrente e a manutenção dos julgamentos e das notas atribuídas a todas as propostas.

A fundamentação técnica para a rejeição dos argumentos da NOVA S.A. é a seguinte:

A. CONTRA GONÇALVES CORDEIRO

1. Pen-drive irregular: A ST REJEITOU o apontamento. O item foi previamente reconhecido e ponderado. A exigência do edital (itens 12.2 e 12.3) que previa o acondicionamento em invólucro padronizado fornecido pela Prefeitura atende ao poder de autotutela da Administração e não compromete a finalidade de anonimato e uniformização.
2. Veiculação extramunicipal: A ST REJEITOU o apontamento. A estratégia da GC é baseada em conhecimento local e integração regional, estando em conformidade com a realidade técnica do mercado rondonopolitano e não comprometendo a eficácia da campanha municipal.
3. Extrapolação de Prazos/Inconsistência Temporal: A ST notou que houve um erro de digitação nas planilhas analíticas da estratégia de mídia (mencionando 01 de julho a 30 de agosto para alguns mapas), mas essa inconformidade temporal foi validada pela análise especializada como não comprometendo a eficácia da campanha.
4. Valores de Tabela/Orçamento (Cinema): A ST REJEITOU o apontamento. A análise técnica confirmou a validade orçamentária dentro do limite estabelecido (R\$ 800.000,00). Os valores apresentados estão adequados à realidade regional (tabelas padrão de veículos) e garantem a viabilidade operacional e a eficiência do investimento.

B. CONTRA LOGOS PROPAGANDA

1. Veiculação extramunicipal (site nacional): A ST REJEITOU o apontamento. Embora a Logos tenha mencionado equivocadamente a utilização de site de alcance nacional, a estratégia considera o mercado regional integrado, com foco em Rondonópolis, e a análise técnica comprovou a adequação local e o detalhamento comunicacional municipal.
2. Público-alvo inadequado (restrição 18+): A ST REJEITOU o apontamento. A avaliação técnica validou o direcionamento específico para o público jovem, atendendo às

especificações editalícias, garantindo que o público 18+ é prioritário e que os demais públicos são atendidos pela abrangência e alcance da campanha.

3. Inconsistência cronológica: A ST REJEITOU o apontamento. Foi notada uma divergência entre alguns pontos do texto e dos mapas analíticos. No entanto, a ST considerou a consistência técnica demonstrada na proposição da tática e a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária.
4. Erro na programação em TV (Prosa Galponeira): A ST entendeu isso como um “Erro formal” na programação, que não teve qualquer impacto sobre a execução ou sobre a coerência da programação, conforme a própria Logos defendeu em suas contrarrazões.
5. Custos/Peças (Reels e Outdoor): A ST confirmou a adequação orçamentária à realidade de mercado. Sobre o Reels, a ST entendeu a utilização em ambas as estratégias (mídia e não mídia/canais próprios) como uma forma inovadora para fortalecer a presença da marca, estando os valores em conformidade com o limite editalício.

C. CONTRA SOUL PROPAGANDA

1. Duplicidade de peças criativas: A ST REJEITOU o apontamento. A análise técnica identificou integração estratégica com adequações específicas por meio, e não duplicidade inadequada. A coerência visual mantida entre diferentes plataformas constitui boa prática técnica de comunicação integrada. A Soul explicou que a peça 7 e 20 eram, na verdade, uma única peça criativa adaptada ou parte de uma sequência para mídias digitais.
2. Estratégia confusa/inconsistente: A ST REJEITOU o apontamento. A avaliação técnica identificou perfeita coerência entre objetivos, público-alvo, mensagens e meios selecionados, atendendo integralmente às especificações editalícias.
3. Jingle 60” (não utilizado): A ST REJEITOU o apontamento. A análise confirmou a adequação do material ao público e o alinhamento com o briefing. A tática de rádio da Soul consistia em veicular, de forma conjunta, um spot de 30 segundos e o jingle de 60 segundos durante toda a campanha em emissoras de rádio com grande aceitação.
4. Pen-drive irregular: A ST considerou a questão do acondicionamento como mero vício formal que não implicou em identificação da autoria, preservando o princípio do sigilo e a imparcialidade.

D. CONTRA DMD ASSOCIADOS

1. Dados genéricos de mídia/TV: A ST REJEITOU o apontamento. O edital não exige exclusivamente dados locais, permitindo o uso de fontes técnicas reconhecidas. A DMD utilizou fontes oficiais (Edison Research, Kantar IBOPE Media/Cross Platform View) que constituem padrão técnico e proporcionam fundamentação mais robusta. O dado de 69,3% de consumo de vídeo domiciliar em Rondonópolis fundamenta adequadamente a estratégia de TV.

2. Distribuição inadequada em rádio (10%): A ST REJEITOU o apontamento. O volume de inserções e a programação atendem plenamente aos objetivos comunicacionais. A distribuição percentual não compromete o resultado, pois o volume absoluto garante presença efetiva no meio, e a estratégia integrada multiplataforma otimiza o investimento.
3. Falta de detalhamento OOH: A ST REJEITOU o apontamento. O nível de detalhamento referente ao meio atende às especificações editalícias, e a relação penetração/investimento evidencia otimização técnica que não prejudica o resultado.
4. Simulação de custos (TV): A ST REJEITOU o apontamento. Os valores apresentados estão adequados às condições regionais/tabelas padrão. A ST confirmou que os preços das inserções em veículos de comunicação, incluindo a Globo (TVCA), deveriam ser os da “tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação”, e a adequação técnica foi validada.

E. PEDIDO DE MAJORAÇÃO DA NOTA DA RECORRENTE NOVA S.A.

A Subcomissão Técnica REJEITOU INTEGRALMENTE o pedido de majoração da nota da NOVA S.A.. A ST assegura a isonomia e a conformidade normativa, afirmando que todas as empresas foram submetidas ao mesmo protocolo operacional técnico e padronizado. Concluiu-se pela manutenção da nota técnica atribuída à Recorrente, uma vez que sua proposta já foi devidamente avaliada quanto à aderência ao edital e ao briefing. Portanto, não haverá alteração na classificação da Agência Nova S.A.

As análises e deliberações da Subcomissão Técnica evidenciam a correção e a transparência dos procedimentos adotados, não se verificando qualquer indício de irregularidade, favorecimento ou prejuízo.

IV. DECISÃO FINAL DO AGENTE DE CONTRATAÇÃO

Com base no Parecer Técnico emitido pela Subcomissão Técnica, que analisou de forma detalhada e fundamentada cada um dos apontamentos apresentados pela Agência NOVA S.A. em seu Recurso Administrativo, e considerando as Contrarrazões das empresas DMD ASSOCIADOS, SOUL PROPAGANDA, LOGOS PROPAGANDA, GONÇALVES CORDEIRO, e a manifestação da INTERAGE:

O Agente de Contratação decide:

1. CONHECER do Recurso Administrativo interposto pela licitante NOVA S.A., por ser tempestivo e preencher os requisitos de admissibilidade.
2. NEGAR PROVIMENTO ao Recurso Administrativo, mantendo inalterados os resultados do julgamento das propostas técnicas.

Fundamentação:



A decisão se fundamenta na análise técnica especializada e unânime da Subcomissão, que rejeitou todos os argumentos da Recorrente. As inconsistências e falhas apontadas contra as concorrentes classificadas foram consideradas, em sua maioria, vícios formais, erros de digitação ou divergências que não comprometeram a essência técnica, a exequibilidade e a coerência das propostas, nem geraram prejuízo à isonomia ou à Administração. A Subcomissão confirmou que o julgamento foi realizado com base em critérios objetivos e metodologia padronizada, preservando a legalidade e a transparência do certame.

Assim, prevalece a ordem de classificação e as notas técnicas originalmente atribuídas.

Publique-se e intime-se as partes interessadas.

Rondonópolis/MT, 25 de setembro de 2025.



Augusta Cecilia Mattos Girardi
Agente de Contratação

Deste modo, remetemos a autoridade superior para análise, requer-se a apreciação definitiva de Vossa Excelência.

Rondonópolis/MT, 25 de setembro de 2025.



Luciano Rodrigues
Secretário Municipal de Administração, Gestão de Pessoas e Inovação

ATA DA ANÁLISE DE RECURSOS REFERENTES A PROPOSTA TÉCNICA

Concorrência Presencial nº 01/2025 – Prefeitura Municipal de Rondonópolis/ MT

Em atendimento ao Ofício SEMAD nº 051/2025 e com o objetivo de assegurar maior precisão na análise das peças recursais apresentadas, todas as propostas cujas avaliações foram objeto de contestação foram integralmente reexaminadas pelos julgadores competentes e nomeados, conforme publicação do diário oficial edição nº 5980 do dia 17/06/2025. O procedimento adotado teve por finalidade reforçar e detalhar os critérios que embasaram as notas atribuídas, assegurando a transparência e a consistência da avaliação realizada. A revisão empreendida pelos julgadores concentrou-se na validação dos fundamentos previamente considerados, com o intuito de confirmar a correção técnica das pontuações. Ainda que tenha sido verificada a eventual presença de informações complementares, estas não alteram substancialmente o juízo já formado, servindo apenas para ratificar a adequação das decisões anteriormente proferidas

Cumpra-se esclarecer que a análise realizada não configura uma nova análise das propostas, uma vez que tal procedimento já foi devidamente conduzido pela Subcomissão Técnica na etapa própria do certame, conforme previsto no cronograma e nas disposições editalícias. Ressalta-se, ainda, que nesta fase processual todas as licitantes encontram-se plenamente identificadas, o que afasta qualquer possibilidade de anonimato ou prejuízo à transparência e à isonomia do julgamento.

Rafael Rosa [assinatura] [assinatura] [assinatura] [assinatura] [assinatura]

Apresentaram **RECURSO ADMINISTRATIVO** as seguintes licitantes:

Recurso 1: Nova S.A.:

Recurso 2: Renca Comunicação Ltda:

Recurso 3: J.V. Fermino Da Silva – Me (Imagine Propaganda):

Recurso 4: Interage Agência De Publicidade E Propaganda Ltda:

Apresentam **CONTRARAZÕES** as seguintes licitantes:

Contrarazão DMD Associados Assessoria e Propaganda Ltda:

Contrarazão Soul Propaganda Ltda:

Contrarazão Logos Propaganda Ltda:

Contrarazão Gonçalves Cordeiro:

Contrarazão Luiz G. Rodrigues Junior – Me (Genius Publicidade):

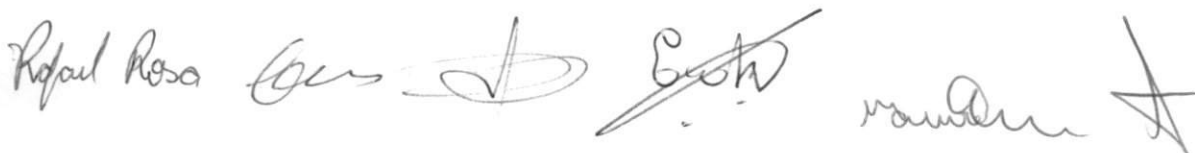
Contrarazão Nova S.A.:

Contrarazão Renca Comunicação Ltda:

Constitui-se ao anexo dessa ata os seguintes documentos:

Análise do Recurso Administrativo da Nova S.A.:

Análise do Recurso Administrativo da Renca Comunicação Ltda:

The block contains five handwritten signatures in black ink. From left to right, they appear to be: 'Rafael Rosa', a signature that looks like 'Gus', a signature that looks like 'J.V.', a signature that looks like 'L.G.', and a signature that looks like 'Rosa' followed by a star symbol.

Análise do Recurso Administrativo da J.V. Fermino Da Silva – Me (Imagine Propaganda):

Análise do Recurso Administrativo da Interage Agência De Publicidade E Propaganda Ltda:

No curso da revisão empreendida, a Subcomissão Técnica deliberou pela manutenção das notas atribuídas a cada licitante e a cada item, conforme já estabelecido no ato de julgamento. Tal decisão se fundamenta no fato de que os aspectos suscitados nas manifestações recursais foram, em sua maioria, previamente reconhecidos e devidamente ponderados pela própria Subcomissão durante a fase de avaliação técnica.

Cumprе salientar que a análise das propostas foi conduzida com estrita observância ao princípio do julgamento objetivo, nos termos do art. 5º da Lei nº 14.133/2021, o que assegura a impessoalidade e a transparência do processo. Nesse contexto, diversas observações relevantes já haviam sido incorporadas aos pareceres técnicos originais, não havendo, portanto, elementos que justifiquem a alteração das pontuações anteriormente atribuídas.

Classificação original a ser mantida:

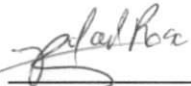
1º DMD ASSOCIADOS | 2º SOUL PROPAGANDA | 3º LOGOS PROPAGANDA | 4º

GONÇALVES CORDEIRO



Rondonópolis, 18, setembro, 2025

Subcomissão técnica



Avaliador 1

RAFAEL ROSA DE PAULA

CPF: 060.336.711-98



Avaliador 2

EDNILSON AGUIAR VIEIRA

CPF: 883.172.421-53



Avaliador 3

JOÃO VITOR OLIVEIRA CONDES SANTOS

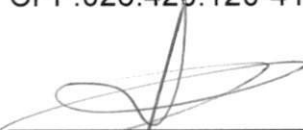
CPF: 062.277.871-40



Avaliador 4

MAURÍCIO DA SILVA RENNER

CPF: 026.420.120-41



Avaliador 5

JOSÉ CARLOS GARCIA

CPF: 079.763.481-91



Avaliador 6

GABRIEL GIRARDI FAGUNDES

CPF: 015.146.511-81

MANIFESTAÇÃO AO RECURSO ADMINISTRATIVO - Nova S.A.

Concorrência Presencial nº 01/2025 - Prefeitura Municipal de Rondonópolis/MT

DA ADMISSIBILIDADE DO RECURSO

Na análise de admissibilidade, verifica-se que o recurso foi protocolado dentro do prazo legal. Constatou-se ainda que as partes possuem legitimidade e estão regularmente representadas, atendendo aos requisitos recursais previstos em lei.

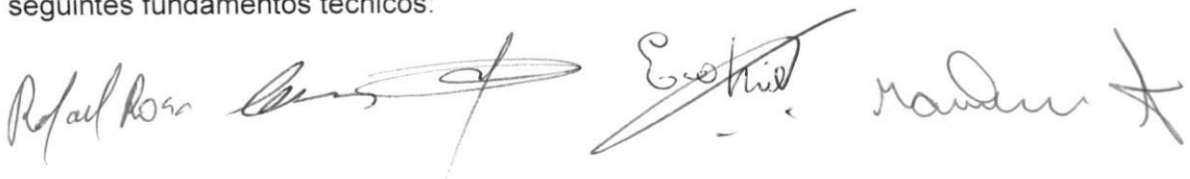
RESUMO DOS FATOS E DAS CONTRARRAZÕES

A. APONTAMENTOS CONTRA GONÇALVES CORDEIRO

1. Pen-drive irregular - Entregue em desacordo conforme edital item 13.8.7 (não acondicionado em envelope branco).
2. Veiculação extramunicipal - Verba destinada fora do Município em desacordo com o pedido do briefing para abrangência da campanha.
3. Referências antigas sobre o meio Out of home (OOH) - Dados defasados possivelmente irrelevantes para realidade local.
4. Defesa da estratégia digital – Dados concretos de uso das peças, detalhamento dos objetivos, segmentação e alcance local.
5. Extrapolou o previsto no briefing - em desacordo com o pedido para duração da campanha.
6. Valores de tabela utilizados no Cinema inadequados - Calculo de valores definidos em tabela padrão divergentes descumprindo o edital no item 13.9.2
7. Orçamento excessivo – Orçamento real de R\$ 815.000,00 ultrapassando limite previsto de R\$ 800.000,00, em desacordo com o pedido do briefing em investimento e obrigatoriedade.

PARECER TÉCNICO

A Subcomissão Técnica, após análise especializada das alegações contra a Gonçalves Cordeiro, **REJEITA INTEGRALMENTE** todos os apontamentos pelos seguintes fundamentos técnicos:



1. Quanto ao apontamento referente ao pen-drive: O Item 12.2 e 12.3 do edital, prevê o acondicionamento do mesmo em invólucro padronizado fornecido pela própria Prefeitura. A modificação está em conformidade com o poder de autotutela da Administração e não compromete a finalidade de anonimato e uniformização. A sistemática ainda garante controle técnico e não prejudica a avaliação ou resultado do certame. Destaca-se que este apontamento foi previamente reconhecido e devidamente ponderado pela própria Subcomissão durante a fase de avaliação técnica.

2. Quanto à veiculação fora dos limites do Município: A estratégia baseia-se em conhecimento local específico com dados atualizados do mercado rondonopolitano, considerando integração regional e não a parte fiscal de cada veículo de comunicação. A distribuição está em conformidade com a realidade técnica do mercado e não compromete a eficácia da campanha municipal.

3. Quanto a defesa do meio OOH utilizado sobre os dados possivelmente irrelevantes: A estratégia para o meio OOH foi claramente apresentada nos mapas analíticos e na defesa, evidenciando sua importância e adaptação às mídias locais. A comissão técnica valorizou a demonstração do processo estratégico. No mercado de Rondonópolis, observou-se a carência de pesquisas públicas e atualizações regulares por parte dos veículos, o que limita a atuação das agências, quanto a incrementação da defesa escrita. Porém a agência não deixou a desmerecer a explicitação.

4. Quanto a defesa da estratégia digital: A estratégia digital proposta foi fundamentada na integração de canais para ampliar alcance e garantir relevância nas plataformas digitais. O detalhamento entregue orientada pelas métricas de consumo e comportamento, foi assegurado na comunicação dos mapas analíticos sobre o investimento. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

5. Quanto ao tempo de campanha: A duração estratégica está alinhada com características solicitadas no briefing e de acordo com os objetivos específicos. O período não compromete a eficácia da campanha, visto que em uma análise mais criteriosa da Subcomissão pode-se notar que houve um erro de digitação nas planilhas analíticas da estratégia de mídia, onde é mencionado o período de 01 de julho a 30 de agosto para alguns mapas. A inconformidade temporal foi validada pela análise especializada.

6. Quanto ao cinema: Os valores apresentados estão adequados à realidade regional. A

Rafael Rox   

precificação reflete conhecimento específico das condições regionais tabelas padrão (veículos) e não compromete a execução da campanha. A adequação orçamentária foi validada pela análise técnica especializada, garantindo viabilidade operacional e eficiência do investimento destinado.

7. Quanto ao orçamento total: A subcomissão confirmou a validade orçamentária com limite estabelecido. Os valores estão adequados às especificações editalícias e conforme fornecidos pela concorrente e não comprometem a execução da campanha. A adequação orçamentária foi analisada, garantindo viabilidade técnica e resultado comunicacional adequado de acordo com os materiais estratégicos fornecidos.

CONCLUSÃO

A Subcomissão Técnica, por sua vez, emitiu parecer recomendando o indeferimento das alegações apresentadas pela recorrente, conforme documento dos autos e por consequência os demais apontamentos julgamos improcedentes que já haviam sido realizados por parte da análise da equipe técnica, sendo assim, optando pela manutenção dos julgamentos referentes às propostas.

As análises e deliberações, acompanhadas das justificativas apresentadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, evidenciam a correção e a transparência dos procedimentos adotados, não se verificando qualquer indício de irregularidade que pudesse ser atribuído à atuação da referida Subcomissão, tampouco favorecimento ou prejuízo a qualquer dos licitantes.

B. APONTAMENTOS CONTRA LOGOS PROPAGANDA

1. Veiculação extramunicipal - Estratégia mencionada com veiculação nacional
2. Público-alvo inadequado - Ausência de direcionamento específico para jovens abaixo dos 18 anos
3. Ausência de dados locais - Não apresentou pesquisas específicas de Rondonópolis
4. Inconsistência cronológica de execução da estratégia de mídia – defesa com mapas analíticos divergentes em alguns pontos
5. Custos elevados - Incompatíveis com mercado local produção de Outdoors, Link de envio para emissoras
6. Peça reels mencionado como não mídia – não esclarece as especificações de valores e sua proposta de utilização.



7. Defesa da estratégia da mídia – programática, menção das métricas e dados de alcance.
8. Erro na programação em TV – Emissora SBT Prosa Galponeira
9. Mídias próprias – utilização do web-banner utilização dos canais oficiais

PARECER TÉCNICO

A Subcomissão Técnica, após análise especializada das alegações contra a Logos Propaganda, **REJEITA INTEGRALMENTE** todos os apontamentos pelos seguintes fundamentos técnicos:

1. Quanto a veiculação extramunicipal: A estratégia considera mercado regional integrado com foco específico em Rondonópolis, abordagem que está em conformidade com o edital e não compromete a eficácia da campanha. Nota-se que a referida acaba por mencionar equivocadamente que utilizaria site de alcance nacional, porém na integrada dos mapas analíticos constitui-se boa prática técnica com detalhamento comunicacional municipal. A adequação local foi comprovada através da análise técnica especializada.

2. Quanto ao público-alvo direcionado: A avaliação técnica identificou direcionamento específico para público jovem considerando características comportamentais regionais. A estratégia atende às especificações editalícias quanto ao target e não compromete a eficácia comunicacional. O conhecimento do público jovem foi validado pela análise especializada, garantindo adequação técnica e resultado comunicacional efetivo ao público 18+ como prioritário e os demais públicos acabam por ser atendidos por sua abrangência e alcance.

3. Quanto aos dados atualizados, pesquisas do mercado local: A proposta apresentou fundamentação técnica consistente com metodologia adequada ao objeto licitatório. O edital não exige exclusivamente dados locais primários, permitindo fundamentação técnica robusta através de metodologia reconhecida. A ausência de dados locais específicos não compromete a qualidade da campanha, pois a base técnica apresentada garante execução adequada e resultado eficaz. No mercado de Rondonópolis, observou-se a carência de pesquisas públicas e atualizações regulares por parte dos veículos, o que limita a atuação das agências, quanto a incrementação da defesa escrita. Porém, a agência não deixou de demonstrar adequadamente a explicitação.

5. Inconsistência cronológica de execução da estratégia de mídia: A Subcomissão Técnica, ao avaliar a "Estratégia de Mídia e Não Mídia" da Logos, levou em

consideração a "consistência técnica demonstrada na proposição da tática e do plano de mídia, exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial. Nota-se que houve uma divergência entre alguns pontos do texto e dos mapas analíticos da estratégia, estes evidenciados pela Subcomissão

4. Quanto aos custos: A análise técnica confirmou adequação orçamentária à realidade de mercado com viabilidade operacional comprovada. Os valores estão em conformidade com o limite editalício e não comprometem a execução da campanha. A relação custo-benefício foi validada pela avaliação especializada, garantindo eficiência do investimento e resultado comunicacional adequado.

5. Peça reels mencionado como não mídia - A análise técnica da Subcomissão entendeu a utilização do formato reels em ambas as estratégias para fortalecer a presença da marca, gerar conexão emocional e estimular o engajamento espontâneo, utilizando os canais próprios da Prefeitura e também como uma forma inovadora podendo estar presente nas mídias digitais/ ADS. Sobre os valores conforme identificado no item acima, os valores estão em conformidade com o limite editalício e não comprometem a execução da campanha. A relação custo-benefício foi validada pela avaliação especializada, garantindo eficiência do investimento e resultado comunicacional adequado.

6. Quanto a defesa da estratégia digital: A estratégia digital proposta foi fundamentada na integração de canais para ampliar alcance e garantir relevância nas plataformas digitais. O detalhamento entregue orientada pelas métricas de consumo e comportamento, foi assegurado na comunicação dos mapas analíticos sobre o investimento. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

7. Erro na programação em TV – Em análise mais detalhada referente a programação do dia exibido do programa Prosa Galponeira a Subcomissão entendeu como um "Erro formal" na programação, a própria Logos (licitante), em suas contrarrazões, mencionou um "erro formal de indicação do dia da semana, sem qualquer impacto sobre a execução ou sobre a coerência da programação" relacionado à sua programação de TV. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

Rafael R990   

8. Mídias próprias utilização - A ativação dos canais institucionais da prefeitura, representa uma estratégia eficiente para ampliar o alcance das ações de comunicação pública com baixo custo e alta credibilidade. A Logos, em suas contrarrazões, destacou que "em diversos trechos da proposta tanto na tática de mídia quanto nas planilhas de distribuição há evidente a previsão de utilização dos meios institucionais do órgão, como o site oficial e as redes sociais", mesmo não explicitando como seria a utilização de cada web-banner desenvolvido na ideia criativa. Em análise da Subcomissão isso demonstra uma intenção clara de integrar a comunicação nos canais já existentes da administração municipal, como o site e as redes sociais. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia adotada pela licitante.

CONCLUSÃO

A Subcomissão Técnica, por sua vez, emitiu parecer recomendando o indeferimento das alegações apresentadas pela recorrente, conforme documento em site e por consequência os demais apontamentos julgamos improcedentes que já haviam sido realizados por parte da análise da equipe técnica, sendo assim optando pela manutenção dos julgamentos referentes às propostas.

As análises e deliberações, acompanhadas das justificativas apresentadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, evidenciam a correção e a transparência dos procedimentos adotados, não se verificando qualquer indício de irregularidade que pudesse ser atribuído à atuação da referida Subcomissão, tampouco favorecimento ou prejuízo a qualquer dos licitantes.

C. APONTAMENTOS CONTRA SOUL

1. Duplicidade de peças criativas - Mesmas criações nas colocações da ideia criativa como corporificada e não corporificada.
2. Estratégia confusa e inconsistente - Inconsistências graves e falta de clareza nos objetivos da campanha
3. Jingle 60" – peça não utilizada nos canais de áudio digital e rádio.
4. Desorganização na defesa de mídia – sobre cronograma de postagens

PARECER TÉCNICO



A Subcomissão Técnica, após análise especializada das alegações contra a Soul Propaganda, **REJEITA INTEGRALMENTE** todos os apontamentos pelos seguintes fundamentos técnicos:

1. Quanto à duplicidade de peças: A análise técnica identificou integração estratégica com adequações específicas por meio, não duplicidade inadequada. A coerência visual mantida entre diferentes plataformas está em conformidade com o edital e constitui boa prática técnica de comunicação integrada. Agência explicou que "O item 07 representa um único carrossel (conjunto sequencial de posts) corporificado, que trata de dicas gerais de boas práticas no trânsito e aponta de modo geral aquilo que tem sido realizado pela Prefeitura". Isso sugere que o que foi interpretado como duplicidade era, na verdade, uma única peça criativa adaptada ou parte de uma sequência para mídias digitais, com um propósito específico e coerente. A estratégia não compromete a eficácia da campanha, pois a integração visual potencializa o reconhecimento e otimiza o resultado comunicacional.

2. Quanto à estratégia: A avaliação técnica identificou perfeita coerência entre objetivos, público-alvo, mensagens e meios selecionados. A estratégia atende integralmente às especificações editalícias e não apresenta inconsistências que comprometam a execução. A clareza estratégica foi comprovada através da análise técnica especializada, garantindo eficácia na execução e resultado comunicacional adequado.

3. Quanto ao jingle: A análise técnica confirmou adequação do material ao público, alinhados ao perfil comportamental do target. A peça está em conformidade com o briefing editalício e não compromete a eficácia comunicacional com o público prioritário. A agência SOUL defendeu que o jingle constitui "um recurso de alto poder de engajamento e identificação popular, capaz de levar a campanha para o cotidiano das pessoas". A tática de rádio da Soul consistia em veicular, de forma conjunta, um spot de 30 segundos e um jingle de 60 segundos durante toda a campanha em emissoras de rádio com grande aceitação pelo público local. A adequação técnica foi validada pela avaliação especializada, garantindo impacto comunicacional efetivo.

4. Defesa de mídia desorganizada: A avaliação técnica identificou perfeita coerência entre objetivos, público-alvo, mensagens e meios selecionados. A estratégia da Soul atende integralmente às especificações editalícias e não apresenta inconsistências que comprometam a execução da campanha. Clareza estratégica foi comprovada através da análise técnica especializada, garantindo eficácia na execução e resultado

Roberto Rosa *[assinatura]* *[assinatura]* *[assinatura]* *[assinatura]*

comunicacional adequado. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

CONCLUSÃO

A Subcomissão Técnica, por sua vez, emitiu parecer recomendando o indeferimento das alegações apresentadas pela recorrente, conforme documento em site e por consequência os demais apontamentos julgamos improcedentes que já haviam sido realizados por parte da análise da equipe técnica, sendo assim optando pela manutenção dos julgamentos referentes às propostas.

As análises e deliberações, acompanhadas das justificativas apresentadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, evidenciam a correção e a transparência dos procedimentos adotados, não se verificando qualquer indício de irregularidade que pudesse ser atribuído à atuação da referida Subcomissão, tampouco favorecimento ou prejuízo a qualquer dos licitantes.

D. APONTAMENTOS CONTRA DMD ASSOCIADOS

1. Dados genéricos de mídia - Falta de dados locais específicos de Rondonópolis
2. Distribuição inadequada em rádio - Apenas 10% do investimento para meio predominante regional
3. Dados genéricos de TV - Utilizou dados sem especificar datas ou contexto regional
4. Falta de detalhamento OOH - Não informou dimensões do afixe de outdoor
5. Simulação de custo – valor de tabela utilizado.

PARECER TÉCNICO

A Subcomissão Técnica, após análise especializada das alegações contra a DMD Associados, **REJEITA INTEGRALMENTE** todos os apontamentos pelos seguintes fundamentos técnicos:

1. Quanto aos dados de mídia: Em análise da Subcomissão constatou que o edital



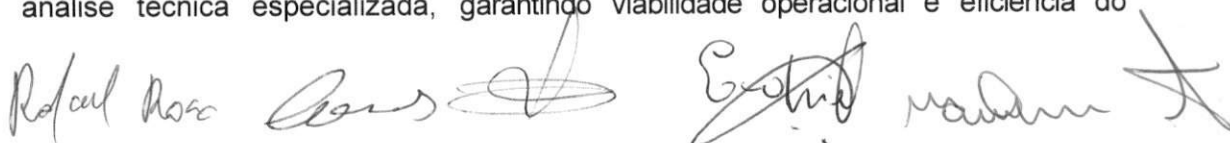
não exige exclusivamente dados locais, permitindo utilização de fontes técnicas reconhecidas. Em sua contrarrazão a DMD utilizou fontes oficiais (Edison Research 2024, IBOPE Conecta, Cross Platform View da Kantar IBOPE Media), que constituem padrão técnico. A metodologia aplicada não compromete a eficácia da campanha, pois os dados oficiais proporcionam fundamentação técnica mais robusta que pesquisas locais de escopo reduzido. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

2. Quanto aos dados de TV: Em análise da Subcomissão constatou que o edital não exige exclusivamente dados locais, permitindo utilização de fontes técnicas reconhecidas. Em sua contrarrazão a DMD utilizou fontes oficiais como o Cross Platform View 2024 da Kantar IBOPE Media onde constitui referência técnica absoluta no mercado publicitário brasileiro, com dados de 69,3% de consumo vídeo domiciliar que fundamentam adequadamente a estratégia. A utilização desta fonte está em conformidade com o edital e não compromete a qualidade da campanha, proporcionando base técnica sólida para as decisões estratégicas. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

3. Quanto ao detalhamento OOH: Em análise da Subcomissão constatou que o edital não exige exclusivamente dados locais, permitindo utilização de fontes técnicas reconhecidas. O nível de detalhamento referente ao meio atende às especificações editalícias e não compromete a execução da campanha. A relação penetração/investimento evidencia otimização técnica que não prejudica o resultado comunicacional. Essa abordagem em nenhum momento deixou de atingir os objetivos esperados da estratégia.

4. Quanto à distribuição em rádio: Em análise da Subcomissão constatou que o volume de inserções e programação nos veículos de comunicação do meio rádio atendem plenamente aos objetivos comunicacionais estabelecidos no edital e de acordo com a estratégia adotada pela licitante. A distribuição percentual não compromete o resultado da campanha, pois o volume absoluto garante presença efetiva no meio. A estratégia integrada multiplataforma otimiza o investimento conforme melhores práticas técnicas, não havendo prejuízo à execução ou redução de eficácia.

5. Simulação de custos - Em análise da Subcomissão constatou que os valores apresentados estão adequados as condições regionais/ tabelas padrão (veículos) e não compromete a execução da campanha. A adequação orçamentária foi validada pela análise técnica especializada, garantindo viabilidade operacional e eficiência do



investimento destinado. Os preços das inserções em veículos de comunicação, incluindo a Globo, deveriam ser os da "tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. A adequação técnica foi validada pela avaliação especializada, garantindo impacto comunicacional efetivo.

CONCLUSÃO

A Subcomissão Técnica, por sua vez, emitiu parecer recomendando o indeferimento das alegações apresentadas pela recorrente, conforme documento em site e por consequência os demais apontamentos julgamos improcedentes que já haviam sido realizados por parte da análise da equipe técnica, sendo assim optando pela manutenção dos julgamentos referentes às propostas.

As análises e deliberações, acompanhadas das justificativas apresentadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, evidenciam a correção e a transparência dos procedimentos adotados, não se verificando qualquer indício de irregularidade que pudesse ser atribuído à atuação da referida Subcomissão, tampouco favorecimento ou prejuízo a qualquer dos licitantes.

E. DOS PEDIDOS DA NOVA S.A.

1. Diante de todo o exposto, a Recorrente Agência Nova S.A. requer a Vossa Senhoria seja julgado procedente este recurso administrativo, para o fim de revisar as notas técnicas atribuídas as licitantes classificadas, reavaliando-se as propostas à luz dos vícios e irregularidades.

2. Proceder à majoração da nota técnica da Recorrente, reconhecendo-se a plena aderência de sua proposta ao edital e ao briefing; Como consequência necessária, requer-se a reclassificação da Agência Nova entre as quatro primeiras colocadas na Concorrência Presencial nº 01/2025, assegurando-lhe a posição compatível com o mérito de sua proposta técnica.

PARECER TÉCNICO

A Subcomissão Técnica, após análise especializada dos pedidos da Nova S.A, **REJEITA INTEGRALMENTE** todos os apontamentos pelos seguintes fundamentos técnicos:



1. Revisão das notas atribuídas as licitantes classificadas: A Subcomissão de acordo com as análises já realizadas e verificação dos apontamentos assegura à isonomia, e conformidade normativa, uma vez que todas as empresas foram submetidas ao mesmo protocolo operacional. O método aplicado, de natureza técnica e padronizada, preserva a finalidade original do processo, promovendo equidade sem comprometer a eficiência. A padronização metodológica garantiu condições homogêneas de participação, mantendo a integridade competitiva entre os agentes envolvidos.

2. Proceder à majoração da nota técnica da Recorrente: Em análise da Subcomissão optou-se por manter a nota técnica atribuída à Recorrente, considerando-se que sua proposta já foi devidamente avaliada quanto à aderência ao edital e ao briefing. Diante da análise realizada, conclui-se contra a majoração da pontuação nos critérios aplicados. Assim, não há alteração na classificação da Agência Nova S.A no âmbito da Concorrência Presencial nº 01/2025, permanecendo a posição originalmente atribuída.

CONCLUSÃO

A Subcomissão Técnica, por sua vez, emitiu parecer recomendando o indeferimento das alegações apresentadas pela recorrente, conforme documento dos autos e por consequência os demais apontamentos julgamos improcedentes que já haviam sido realizados por parte da análise da equipe técnica, sendo assim a optando pela manutenção dos julgamentos referentes às propostas.

As análises e deliberações, acompanhadas das justificativas apresentadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, evidenciam a correção e a transparência dos procedimentos adotados, não se verificando qualquer indício de irregularidade que pudesse ser atribuído à atuação da referida Subcomissão, tampouco favorecimento ou prejuízo a qualquer dos licitantes.

Rafael Rosa   