

**EXCELENTÍSSIMO SR. PRESIDENTE, DA COMISSÃO PERMANENTE
DE LICITAÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONOPOLIS.
EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/ 2025**

Gonçalves Cordeiro, pessoa jurídica de direito privado, com Razão Social, Agência de Publicidade, Propaganda e Startup GC, com sede na Rua Manoel Leopoldino, 458, Araés, 78005-550, em Cuiabá/MT, por seu Representante legal procurador, Raimundo Nonato Sousa Ferreira com o documento de identidade n. 1143450-3 e CPF n. 91837898120 já qualificada nos autos, vem, respeitosamente, apresentar suas **CONTRARRAZÕES** aos recursos interpostos pelas empresas **IMAGINE PROPAGANDA, NOVA S.A., RENCA COMUNICAÇÃO LTDA, INTERAGE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** pelos fundamentos de fato e de Direito a seguir aduzidos.

1. Do recurso apresentado pela empresa IMAGINE PROPAGANDA

1.1 – SÍNTESE DO RECURSO

A Imagine Propaganda, alega suposto descumprimento do item 13.8.7 do edital, sustentando que os materiais eletrônicos (pen drives) teriam sido entregues de forma “avulsa” e não devidamente acondicionados em envelope branco, conforme previsto no edital.

1.2 – DA REGULARIDADE DO PROCEDIMENTO

A alegação não merece prosperar. O procedimento de entrega dos materiais foi regularmente observado e submetido à análise da Subcomissão Técnica, órgão competente e capacitado para aferir a conformidade das propostas e materiais apresentados. A Subcomissão, ao examinar detidamente todos os itens, considerou não haver qualquer irregularidade material que compromettesse a lisura do certame, nem violação capaz de prejudicar a isonomia entre os concorrentes.

1.3 – DA PREVALÊNCIA DO PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE E DA FINALIDADE

Ainda que se admita, apenas para fins de argumentação, eventual equívoco de natureza formal, este não tem o condão de macular o processo licitatório.

O direito administrativo moderno repudia o **formalismo excessivo**, privilegiando a **finalidade** do ato em detrimento de meros ritos acessórios. A exigência do item 13.8.7 do edital busca, essencialmente, garantir:

- a. A entrega padronizada dos materiais;
- b. A preservação do anonimato dos licitantes;
- c. A viabilidade de execução em sistema operacional compatível.

Tais requisitos foram integralmente atendidos. O suposto vício apontado pela Imagine Propaganda não comprometeu a análise técnica, nem gerou qualquer vantagem ou prejuízo a qualquer participante.

1.4 – DO ENTENDIMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Importa destacar que a questão já foi **exaustivamente apreciada pela Subcomissão Técnica**, a quem compete, nos termos do edital e da legislação aplicável, julgar tecnicamente os trabalhos.

Ao homologar os materiais apresentados, a Subcomissão reconheceu que as alegações da recorrente se trata apenas de **excesso de formalismo**, desprovido de relevância jurídica ou prática para o certame.

Além disso, a Recorrente, Imagine Propaganda, alega suposto descumprimento do prazo de veiculação da proposta apresentada pela Recorrida, Gonçalves Cordeiro Comunicação, afirmando que teria ocorrido a extrapolação de 62 (sessenta e dois) ao invés de 60 (sessenta dias). Extrapolando em 2 (dias)

1.5 – DA ANÁLISE JÁ REALIZADA PELA SUBCOMISSÃO JULGADORA

O ponto levantado já foi objeto de apreciação pela Subcomissão Julgadora, composta por membros competentes e devidamente habilitados, a qual constatou que:

- a. O lapso de 02 (dois) dias além do prazo estipulado decorreu de mero **erro sistêmico**, sem qualquer intenção da Recorrida.
- b. Não houve **prejuízo à estratégia de mídia** nem alteração da execução contratual.
- c. O equívoco **não gerou vantagem competitiva** à Gonçalves Cordeiro Comunicação em relação aos demais participantes.

Inclusive, em suas justificativas de notas, a própria Subcomissão registrou expressamente tais observações, ratificando que a proposta manteve conformidade com o Edital.

1.6 – DA INEXISTÊNCIA DE PREJUÍZO OU VANTAGEM INDEVIDA

Conforme amplamente reconhecido pela doutrina e jurisprudência sobre licitações, deve prevalecer o **princípio da razoabilidade** e da **proporcionalidade**, evitando-se decisões que privilegiem o **excesso de formalismo** em detrimento da busca da proposta mais vantajosa para a Administração.

O pequeno equívoco temporal, devidamente identificado e justificado, não alterou a essência da proposta, tampouco impactou a avaliação do certame.

2. Do recurso apresentado pela empresa RENCA COMUNICAÇÃO LTDA

O Recurso da empresa **RENCA COMUNICAÇÃO LTDA**, empresa recorrente **RENCA Comunicação** apresentou insurgência contra o resultado parcial, alegando supostas irregularidades na proposta da Agência Gonçalves Cordeiro. O recurso, contudo, revela-se **genérico, confuso e de difícil compreensão**, sem apontar de maneira clara e fundamentada qual o real objeto de sua pretensão, limitando-se a narrativas vagas e sem respaldo probatório.

2.1 – DA AUSÊNCIA DE FUNDAMENTAÇÃO

Conforme dispõe o art. 41 da Lei nº 14.133/2021, os recursos administrativos devem ser **fundamentados**, trazendo de forma objetiva os pontos de inconformismo.

No caso em análise, a recorrente **não demonstrou concretamente o erro ou a irregularidade** que pudesse comprometer a lisura do certame, apresentando apenas conjecturas e alegações desprovidas de provas e de pertinência técnica. Portanto, o recurso carece de **mínima dialeticidade**, motivo suficiente para seu não conhecimento.

2.2 – DA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DA RECORRIDA

A proposta da **Gonçalves Cordeiro** foi objeto de criteriosa análise pela Subcomissão Técnica, tendo recebido dois apontamentos negativos:

- a. **Execução nos canais out-of-home, digitais e de rádio durante o mês de agosto excedendo o período previsto de divulgação da campanha;**
- b. **Divergências nos mapas analíticos entregues em relação às datas originalmente planejadas.**

Em razão desses pontos, foi atribuída a nota média de **55,50**, em plena conformidade com os critérios objetivos do edital.

Ou seja, **as inconsistências já foram reconhecidas, ponderadas e refletidas na nota final atribuída pela Comissão**, não havendo que se falar em irregularidade oculta ou vantagem indevida.

2.3 – DA INEXISTÊNCIA DE MOTIVO PARA DESCLASSIFICAÇÃO

A recorrente defende, sem qualquer respaldo normativo, que os apontamentos deveriam levar à **desclassificação da proposta da Gonçalves Cordeiro**.

Contudo:

- a. O próprio edital estabeleceu critérios de **avaliação técnica com gradação de notas**, justamente para contemplar situações de divergência ou falha pontual sem necessidade de desclassificação automática;
- b. A Subcomissão Técnica, composta por membros **competentes e imparciais**, já avaliou e considerou as falhas, **sem constatar caráter eliminatório**;
- c. Não houve qualquer prejuízo à isonomia do certame, tampouco vantagem ilícita à Gonçalves Cordeiro.

Portanto, a tese de desclassificação carece de fundamento jurídico e vai de encontro às normas editalícias.

2.4 – RELAÇÃO A GUIDE ALEGAÇÕES DA RENCA COMUNICAÇÃO

Inicialmente, cumpre registrar que a argumentação apresentada pela concorrente Renca Comunicação, ao mencionar ajustes relacionados **ao guide de marca**, demonstra total equívoco na compreensão do objeto do certame.

Conforme expressamente previsto no edital, não havia qualquer exigência para apresentação de *guide de marca*, sendo este documento de caráter meramente opcional e acessório (*prisional*), sem impacto na pontuação ou avaliação técnica da proposta. Dessa forma, a menção a supostos “ajustes necessários na disposição dos ícones de direcionamento” não encontra amparo no instrumento convocatório, configurando-se, portanto, como alegação absolutamente irrelevante para o deslinde do processo licitatório.

A tentativa da Renca Comunicação em sustentar apontamentos sobre elemento não previsto no edital evidência:

- a) **Despreparo técnico** – ao buscar questionar ponto inexistente como critério de julgamento;
- b) **Falta de entendimento do edital** – visto que ignora o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, pelo qual somente podem ser exigidos os requisitos ali estabelecidos;
- c) **Caráter protelatório** – uma vez que traz matéria estranha ao processo, sem qualquer fundamento jurídico ou técnico válido.

Portanto, a alegação carece de pertinência e juridicidade, devendo ser sumariamente desconsiderada, mantendo-se hígida a avaliação realizada pela Subcomissão Julgadora. Assim, resta claro que a manifestação da concorrente não guarda relação com os critérios objetivos da licitação e não merece prosperar, impondo-se sua rejeição.

2.5 – CONCLUSÃO

Diante do exposto, resta claro que o recurso interposto pela RENCA Comunicação é:

- **Vazio de conteúdo probatório;**
- **Incoerente e de difícil compreensão;**
- **Desprovido de fundamentos legais ou técnicos** que autorizem a reforma da decisão.

Assim, requer a esta Comissão de Licitação que seja **negado provimento ao recurso**, mantendo-se integralmente a nota atribuída à proposta da Agência Gonçalves Cordeiro.

3. Do recurso apresentado pela empresa NOVA S.A.,

O Recurso da empresa, a **NOVA S.A.**, alega suposto descumprimento do item 13.8.7 do edital, sustentando que os materiais eletrônicos (pen drives) teriam sido entregues de forma “avulsa” e não devidamente acondicionados em envelope branco, conforme previsto no edital.

3.1 – DA REGULARIDADE DO PROCEDIMENTO

A alegação não merece prosperar. O procedimento de entrega dos materiais foi regularmente observado e submetido à análise da Subcomissão Técnica, órgão competente e capacitado para aferir a conformidade das propostas e materiais apresentados. A Subcomissão, ao examinar detidamente todos os itens, considerou não haver qualquer irregularidade material que compromettesse a lisura do certame, nem violação capaz de prejudicar a isonomia entre os concorrentes.

3.2 – DA PREVALÊNCIA DO PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE E DA FINALIDADE

Ainda que se admita, apenas para fins de argumentação, eventual equívoco de natureza formal, este não tem o condão de macular o processo licitatório.

O direito administrativo moderno repudia o **formalismo excessivo**, privilegiando a **finalidade** do ato em detrimento de meros ritos acessórios. A exigência do item 13.8.7 do edital busca, essencialmente, garantir:

- a) A entrega padronizada dos materiais;
- b) A preservação do anonimato dos licitantes;
- c) A viabilidade de execução em sistema operacional compatível.

Tais requisitos foram integralmente atendidos. O suposto vício apontado pela Imagine Propaganda não comprometeu a análise técnica, nem gerou qualquer

Veiculação fora dos limites do município de Rondonópolis 16, 17 e 18

A licitante Nova S.A. interpôs recurso alegando, em suma, que a proposta da Agência Gonçalves Cordeiro teria apresentado **veiculação fora dos limites do município de Rondonópolis**, em desconformidade com as exigências editalícias.

3.3 – DO NÃO CABIMENTO DO RECURSO

O questionamento apresentado pela Recorrente não merece prosperar, uma vez que:

- a) **A praça de veiculação considerada em todo o planejamento estratégico é Rondonópolis.**

O edital exige que as ações publicitárias tenham aderência territorial e atinjam o público-alvo municipal. Tal requisito foi integralmente observado na proposta da Agência Gonçalves Cordeiro.

- b) **O veículo de comunicação apontado atende efetivamente em toda a cidade de Rondonópolis.**

Ainda que haja divergências meramente formais em cadastros ou registros, não há qualquer comprometimento da abrangência e eficácia da mídia, que possui penetração comprovada em todo o território municipal.

- c) **Inexistência de prejuízo à Administração.**

O suposto vício arguido não interfere na execução do contrato nem compromete os objetivos da campanha. Trata-se de apontamento de ordem burocrática, sem reflexos práticos ou substanciais.

- d) **Princípios da razoabilidade e da competitividade.**

A desclassificação de proposta tecnicamente consistente por meras formalidades contraria os princípios da razoabilidade e da busca da proposta mais vantajosa para a Administração (art. 3º da Lei 8.666/93 e art. 5º da Lei 14.133/21).

3.4 – DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Cabe destacar que o **planejamento estratégico de mídia apresentado pela Gonçalves Cordeiro está plenamente adequado**, contemplando a cidade de Rondonópolis como praça central e única do plano:

- a) Toda a linha argumentativa, distribuição de verba, estratégias e cronogramas foram pautados na realidade local.

- b) A veiculação atende de forma **integral, coerente e territorialmente aderente** ao público-alvo.

Tabela da que comprova, sua veiculação em Rondonópolis print

CAPA PRIMAVERA DO LESTE	R\$ 16.000,00
CAPA ESMALÁ	R\$ 16.000,00
CAPA RONDONÓPOLIS	R\$ 16.000,00
CONTRACAPA	R\$ 6.300,00
1 - PG DE PUBLICIDADE	R\$ 3.300,00
2 - PG DE PUBLICIDADE	R\$ 3.300,00
3 - PG MAT/PUB	R\$ 3.300,00
1 - PG DE MATÉRIA	R\$ 1.800,00

PLANOS ANUAIS	
1 PG DE PUBLICIDADE POR EDIÇÃO	12X R\$ 680,00
2 PG DE PUBLICIDADE POR EDIÇÃO	12X R\$ 1.120,00
2 PG MATÉRIA + PUBLICIDADE POR EDIÇÃO	12X R\$ 992,00
1 PG DE MATÉRIA POR EDIÇÃO	12X R\$ 256,00
1 PG DUAS EDIÇÕES MATÉRIA E DUAS EDIÇÕES PUBLICIDADE	12X R\$ 636,00
1 PG DUPLA + 3 PG MATÉRIAS	12X R\$ 568,00
2 PG DUPLA + 2 PG MATÉRIAS	12X R\$ 720,00

Condições de pagamento:
Para contrato de uma edição: Três meses sem juros a partir do lançamento da edição.
Para contrato anual: 12x 12X sem juros com a primeira parcela pelo o lançamento da primeira edição.

Valentim do Mello - 62 9936-1510
contato@masaude.digital

Marcos Costa - 62 9965-1899
adm@masaude.digital

MEDICAL AGENCY DE PUBLICIDADE LTDA
CNPJ 20.166.850/0001-07
Cidade e Rondonópolis - Rua Pedro Ferraz, 407, JD.
Cuiabá - CEP: 78.703-403 - Rondonópolis-MT

62 99653-1899
@masaude.digital

- c) **PREÇOS E SIMULAÇÕES INEXEQUÍVEIS E EM DESACORDO COM O EDITAL 19 E 20**

A Agência NOVA S.A, em seu recurso, alega de forma genérica que os apontamentos em questão não impactariam em nenhum aspecto relevante do planejamento. Contudo, referida manifestação carece de sustentação técnica e jurídica, não apresentando qualquer prova concreta capaz de infirmar a decisão da Comissão de Licitação.

- d) **Da ausência de fundamento no recurso da recorrente**

A recorrente limita-se a argumentar, de modo abstrato, que os dados

utilizados pela Agência Gonçalves Cordeiro seriam “atualizados, consistentes e embasados em informações fidedignas”. Ora, essa afirmação, além de não ter pertinência com os apontamentos avaliados pela Comissão, não enfrenta de maneira objetiva as questões técnicas observadas no julgamento, restringindo-se a mera discordância.

e) Da consistência do planejamento apresentado pela Gonçalves Cordeiro

O planejamento estratégico entregue pela Gonçalves Cordeiro está ancorado em informações verificáveis, levantamentos atualizados e metodologias reconhecidas no mercado, conferindo segurança ao processo de comunicação. Os dados foram criteriosamente analisados e validados pela Subcomissão Técnica, que atestou sua adequação às diretrizes do edital.

f) Do caráter meramente inconformista do recurso da NOVA S.A.

Evidencia-se, portanto, que o recurso da Agência NOVA S.B. não traz qualquer elemento novo ou relevante ao deslinde da questão. Trata-se, na verdade, de inconformismo diante da nota atribuída, sem qualquer respaldo técnico que justifique alteração na decisão.

g) Da manutenção da decisão da Comissão

Diante do exposto, resta claro que as alegações da recorrente não passam de tentativas de invalidar, sem fundamento, a avaliação criteriosa da Subcomissão. Assim, deve-se manter integralmente a decisão que reconheceu a regularidade e a solidez técnica do planejamento da Gonçalves Cordeiro.

h) MÍDIA DIGITAL/REDES SOCIAIS 21 22 23 E 24

Cumprir destacar que a alegação de ausência de “substância” no planejamento apresentado pela Agência **Gonçalves Cordeiro** não encontra qualquer respaldo técnico ou jurídico. O planejamento direcionado às redes sociais foi elaborado de maneira clara, objetiva e consistente, atendendo integralmente às exigências do Edital. A natureza própria desses meios de comunicação demanda assertividade, simplicidade e conexão direta com o público-alvo, características que foram devidamente contempladas na proposta. Importante salientar que a observação apresentada pela recorrente carece de pertinência, uma vez que confunde concisão estratégica

— necessária ao meio digital — com ausência de conteúdo. O documento entregue não só atende aos parâmetros previstos, como demonstra pleno domínio das especificidades das redes sociais, garantindo coerência entre estratégia, público e mensagem.

Dessa forma, resta evidente que os apontamentos da Agência NOVA S.A. não passa de mera tentativa de desqualificação infundada, sem apontar qualquer vício real ou falha que comprometa a validade da proposta da Agência **Gonçalves Cordeiro**.

i) SIMULAÇÃO DE MÍDIA NO MEIO CINEMA. 25 26 E 27

A licitante NOVA S.A., movida por mero inconformismo com o resultado do certame, apresenta alegações desprovidas de fundamento técnico e jurídico, razão pela qual merecem ser devidamente rechaçadas.

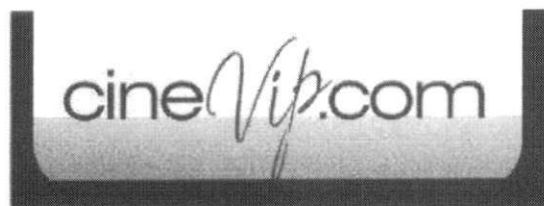
No que tange especificamente aos apontamentos referentes ao **meio cinema**, importa esclarecer que tais afirmações não correspondem à realidade do **plano de mídia** apresentado pela agência Gonçalves Cordeiro.

A distribuição das inserções cinematográficas foi elaborada de forma criteriosa, com base em **critérios técnicos e de viabilidade econômica**, obedecendo rigorosamente aos parâmetros do mercado publicitário. Os valores praticados foram extraídos diretamente da tabela disponibilizada pelo **representante oficial do Cinevip.com de Rondonópolis**, garantindo transparência e fidedignidade às informações.

Dessa forma, fica evidente que o planejamento apresentado pela Gonçalves Cordeiro se encontra **estruturado de maneira lógica, clara e de fácil compreensão**, em plena conformidade com as exigências do edital e em estrito alinhamento com as melhores práticas de mídia do setor.

Assim, resta demonstrado que as alegações da recorrente carecem de qualquer respaldo, configurando-se como tentativa de desqualificação sem consistência técnica, devendo o recurso interposto ser **integralmente rejeitado**.

Segue tabela com os valores cene vip,com



Rondonópolis – MT - 07/2025

Tabela Cinevip.com

Veiculação mensal, sendo 4 inserções diárias ----- 1.500,00 líquido
Por sala
Praça Rondonópolis

Att


Cinevip.com
Caline Maria
66 99647 4897

j) 28 29 30 E 31 ULTRAPASSANDO DE FORMA EVIDENTE O ORÇAMENTO

Estabelecido no briefing (R\$ 800.000,00).

A recorrente afirma, de forma equivocada e desprovida de lastro técnico, que o planejamento da Gonçalves Cordeiro teria extrapolado o limite orçamentário de R\$ 800.000,00 estabelecido no briefing.

Tal alegação não encontra amparo na realidade. O detalhamento do plano apresentado demonstra de forma clara e objetiva que **a aplicação da verba se deu dentro do limite fixado**, respeitando o teto previsto e observando integralmente o que foi determinado pelo edital.

k) . Do Equívoco de Interpretação

O apontamento da recorrente decorre de **equívoco de interpretação**, resultante de leitura superficial ou enviesada dos demonstrativos. As planilhas e justificativas técnicas demonstram a correta distribuição da verba, com alocação equilibrada entre os diferentes meios de comunicação, de modo a atender às diretrizes estratégicas e às metas de alcance definidas.

l). Da Observância ao Princípio da Economicidade

Cumprir reforçar que a Gonçalves Cordeiro atuou com **rigorosa observância ao princípio da economicidade**, otimizando os recursos disponíveis para obter o maior impacto comunicacional possível, sem qualquer excesso ou despesa indevida. A racionalidade na gestão da verba pública se encontra evidenciada no próprio planejamento, que alia **eficiência técnica e responsabilidade social**.

m) . Da Robustez Técnica do Planejamento

O plano de mídia elaborado é tecnicamente consistente, estruturado com base em critérios objetivos de viabilidade e alcance, e construído com o propósito de gerar **máxima efetividade da campanha dentro do limite financeiro estipulado**. Dessa forma, não subsiste a tese levantada pela NOVA S.A., a qual se limita a um inconformismo infundado diante do resultado do certame.

Outra via, na análise das propostas apresentadas no certame em epígrafe, constatou-se que a licitante **NOVA S.A. incorreu em GRAVE ERRO em sua Estratégia de Comunicação**, peça considerada o **coração da campanha publicitária**, conforme expressamente previsto no **Anexo III – Briefing do Edital de Concorrência Presencial n.º 01/2025**.

Ao invés de elaborar uma campanha destinada à **Prefeitura Municipal de Rondonópolis**, que é a finalidade e objeto específico da licitação, a empresa apresentou estratégia de comunicação voltada à **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA**, entidade totalmente diversa daquela para a qual a licitação foi instituída. Tal vício compromete por completo a pertinência, a aderência e a exequibilidade da proposta da recorrida, desatendendo ao objeto do edital.

– DO DIREITO

O edital é a lei interna da licitação, vinculando a Administração Pública e os licitantes (art. 41 da Lei n.º 8.666/93 e art. 3º da Lei n.º 14.133/21).

Ao apresentar estratégia de comunicação **dissociada do objeto licitado**, a Nova S.A.:

- **Deixa de atender requisito essencial do edital**, uma vez que não se trata de mera falha formal, mas de **erro substancial e insanável**;
- **Descaracteriza a proposta técnica**, tornando-a imprestável para a finalidade pública buscada;
- **Viola o princípio da vinculação ao edital**, configurando hipótese de desclassificação obrigatória.

Cabe destacar que a jurisprudência e a doutrina são pacíficas no sentido de que, quando a proposta apresentada não guarda relação direta com o objeto da licitação, impõe-se sua imediata **desclassificação**, sob pena de afronta aos princípios da legalidade, isonomia e julgamento objetivo. Como podemos constatar no print abaixo.

NOVA

0013:
001309

sem áudio, *blitz* educativa e *displays* internos de aplicativos, para garantir presença em múltiplos pontos de contato do cotidiano do cidadão. Consideramos a verba referencial de R\$ 800 mil reais, incluindo produção, mídia e não mídia para o planejamento do conjunto de estratégias. Com essa estratégia de comunicação, consideramos que nossa proposta se destaca de forma eficiente e integrada para o fortalecimento institucional da Assembleia Legislativa.

4. Do recurso apresentado pela empresa INTERAGE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

A empresa **Interage Agência de Publicidade e Propaganda Ltda.**, em seu recurso, não dirige suas alegações às licitantes concorrentes, mas **ataca diretamente a Subcomissão Julgadora**. Argumenta, sem qualquer base fática ou jurídica, que sua desclassificação seria resultado de supostas falhas no edital e de omissão da comissão de licitação, requerendo a **revogação e anulação da Concorrência nº 001/2025**.

A recorrente, contudo, foi **desclassificada por não atingir a nota técnica mínima de 80 pontos**, requisito objetivo, expresso no edital, e de conhecimento prévio de todos os participantes.

4.1 – Da Inconsistência do Recurso

a) **Ausência de pertinência recursal**

O recurso não cumpre o princípio da dialeticidade, pois não combate especificamente os fundamentos da decisão de desclassificação, limitando-se a expressar inconformismo contra a atuação da Subcomissão Julgadora.

b) **Regularidade do julgamento técnico**

A nota atribuída à recorrente decorre da aplicação **estrita dos critérios objetivos estabelecidos no edital**. O não atingimento da pontuação mínima é motivo suficiente e legítimo para sua desclassificação, inexistindo vício ou arbitrariedade.

c) **Tentativa de nulidade sem fundamento**

O pedido de anulação do certame carece de motivação idônea. A simples insatisfação com a nota recebida não configura irregularidade capaz de comprometer a lisura do processo. Ao contrário, **anular ou revogar a concorrência por razões infundadas atentaria contra o princípio da continuidade do serviço público e da segurança jurídica**.

4.2 – Dos Princípios Aplicáveis

- **Princípio da vinculação ao instrumento convocatório:** todos os licitantes estavam cientes de que deveriam atingir a nota mínima para prosseguir no certame.
- **Princípio da legalidade:** a comissão atuou dentro das normas editalícias e legais, não havendo margem para flexibilização subjetiva.
- **Princípio da isonomia:** acatar o recurso da recorrente significaria conceder privilégio injustificado em detrimento das demais concorrentes que observaram rigorosamente os requisitos.

5. Pedidos

Pelo exposto em atenção à excelência e imparcialidade do trabalho realizado por esta competente comissão, **REQUER-SE:**

O recebimento destas contrarrazões aos recursos das empresas **IMAGINE PROPAGANDA, NOVA S.A., RENCA COMUNICAÇÃO LTDA, INTERAGE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** que nitidamente são produto de mero inconformismo, e ao fim, que seja julgado **TOTALMENTE IMPROCEDENTE; E QUE SEJA MANTIDA, NOSSA PONTUAÇÃO DE 96,41 (NOVENTA E SEIS VIRGULA QUARENTA E UM PONTOS)**

Cuiabá, 08 de setembro de 2025.

Documento assinado digitalmente
gov.br RAIMUNDO NONATO SOUZA FERREIRA
Data: 08/09/2025 16:59:10-0300
Verifique em <https://validar.itb.gov.br>

GONÇALVES CORDEIRO
CNPJ: 23.718.215/0001-48
Raimundo Nonato Souza Ferreira
Procurador
CPF nº 918.378.981.-20 RG nº 1143450-TJ
Atendimento Planejamento e pesquisa