

ILUSTRÍSSIMO SENHOR AGENTE DE LICITAÇÃO DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL
Nº 01/ 2025 – PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT

REFERÊNCIA: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/ 2025

A **RENCA COMUNICAÇÃO LTDA**, neste ato assistida por seu representante sócio administrador **João Henrique Moreira Martins de Barros**, inscrito no CPF/MF n.º 022.963.021-90, que ora subscreve, vem respeitosamente à presença de Vossas Senhorias, com supedâneo na legislação de regência, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto especialmente pela agência IMAGINE, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas.

I. SÍNTESE.

Trata-se de edital de CONCORRÊNCIA PRESENCIAL, do tipo Melhor Técnica e Preço, para a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de até 04 (quatro) agências de propaganda, com vistas a melhor atender as necessidades da Secretaria Municipal Governo através do Gestor de Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura de Rondonópolis.

A agência IMAGINE em seu recurso, alegou que a campanha "Rondonópolis anda melhor quando você anda certo" da Agência Renca, excedeu o período de 60 dias (utilizando os anos 2026, 2027, 2028 e 2029) de veiculação solicitado no Briefing:

VALOR DE MÍDIA E PRODUÇÃO - ANO 2025				
TIPO	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO	VALOR TOTAL MÍDIA (VEICULAÇÃO)	PART.
TV ABERTA	308	01/05/2025 a 29/06/2025	R\$ 237.880,00	29,74%
DOH E DOCH	108	01/05/2025 a 29/06/2025	R\$ 63.100,00	7,99%
RÁDIO	738	01/05/2025 a 29/06/2027	R\$ 109.747,84	13,72%
DIGITAL	3.781.925	01/05/2025 a 29/06/2028	R\$ 286.452,23	35,81%
JORNAL	2	01/05/2025 a 29/06/2029	R\$ 17.713,08	2,21%
TOTAL MÍDIA (VEICULAÇÃO)	5.263.082		R\$ 714.873,15	89,38%

No mesmo recurso, afirmaram que o valor total da produção de mídia está incorreto, pois na somatória consta como R\$51.280,00, o que faz com que o valor total ultrapasse a verba disponível de R\$800.000,00. Com essa soma, o total (mídia + produção) passa a ser de R\$801.793,15, ou seja, R\$1.793,15 acima do orçamento previsto.

II - CONTRARRAZÕES DO RECURSO.

a. Erro Material

Informamos que houve um erro material em uma das planilhas de distribuição de mídia, especificamente no período de veiculação, onde era para constar tão somente o ano de 2025 acabou sendo reproduzido anos subsequentes. Ressaltamos, no entanto, que todos os outros mapas de mídia e cronogramas entregues pela RENCA estão coerentes com o período definido no briefing e no edital, bem como, o quadro que mostra datas “2026, 2027, 2028, 2029” *não tem consistência interna*, pois apenas esse ponto apresenta tais informações, enquanto todos os demais documentos oficiais anexados pela agência estão corretos.

O edital é claro ao exigir compatibilidade com o prazo do briefing — e a RENCA demonstrou isso em múltiplos documentos. Ou seja, a ocorrência dessas datas extrapoladas deve ser interpretada como erro material/digitação, não como falha técnica ou descumprimento. Ademais, os próprios jurados não apontaram esse erro como fragilidade na avaliação da RENCA, **o que reforça a compreensão de que foi interpretado como erro gráfico e não de execução.**

Reconhecemos, entretanto, que houve um erro em uma das planilhas de distribuição de mídia, especificamente na somatória dos materiais de produção, o que ocasionou um acréscimo de R\$1.793,15 acima do teto de R\$800.000,00 estabelecido no edital, **tanto é que a proposta da RENCA já havia sido penalizada inicialmente**, pois não obtivemos nota máxima neste subquesto, não sendo pertinente nova penalização com mais redução de nota.

Ressaltamos, no entanto, que:

- Trata-se de erro de cálculo em fórmula de planilha, e não de inconsistência estratégica ou de execução;
- O valor excedente é ínfimo em relação ao total da verba (cerca de 0,2%), o que não altera a lógica de distribuição dos recursos, nem compromete o equilíbrio da proposta;
- O valor excedente poderia ser facilmente corrigido por meio de desconto em um item ou realocação mínima de custos, sem qualquer prejuízo à execução da campanha ou aos resultados esperados.

Dessa forma, a ocorrência deve ser tratada como erro material sanável, sem impacto competitivo. A jurisprudência administrativa em licitações é clara no sentido de que falhas materiais ou erros aritméticos que não alterem a essência da proposta podem e devem ser corrigidos, sob pena de ferir os princípios da razoabilidade e da isonomia.

Inclusive, Marçal Justem Filho ensina sobre os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade, os quais acarretam a impossibilidade de impor consequências de severidade incompatível com a irrelevância dos defeitos.

Cumprе destacar ainda a disparidade no tratamento conferido às propostas da RENCA e da Imagine no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, pois a RENCA foi penalizada por suposto erro de detalhamento na apresentação dos custos de não mídia, o que resultou em atribuição de nota inferior, ainda que o apontamento decorra de mero erro material de planilha, já devidamente esclarecido como sanável e sem qualquer repercussão na execução da campanha.

Em contrapartida, a proposta da Imagine foi avaliada de forma elogiosa e sem registro de inconsistências. Todavia, a análise detida dos materiais entregues evidencia fragilidades substanciais:

- **Distribuição orçamentária incoerente:** embora tenha fundamentado sua defesa em dados que indicam a mídia digital como a mais consumida, a Imagine destinou apenas 1,25% da verba às redes sociais, enquanto concentrou 30,5% na TV. Tal alocação contradiz a própria argumentação

apresentada e revela inconformidade com o item e do Subquesto 4 (grau de eficiência e economicidade).

- **Não mídia insuficientemente detalhada:** a proposta restringiu-se à apresentação de cartazes, placas e folders, sem qualquer detalhamento técnico, cronograma de execução ou estimativa de cobertura, em desacordo com o item d do Subquesto 4 (uso adequado de recursos próprios e não mídia).

Dessa forma, verifica-se que a RENCA, que apresentou estratégia clara, detalhada e aderente ao briefing, foi penalizada por falhas meramente formais, ao passo que a Imagine, mesmo com inconsistências de natureza material e estratégica, obteve nota superior sem qualquer apontamento negativo.

Tal situação afronta os princípios da isonomia, da proporcionalidade e da vinculação ao instrumento convocatório, que devem nortear a condução do certame.

III - DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer-se a revisão da avaliação, de modo a assegurar tratamento equânime entre os licitantes e a adequada aplicação dos critérios estabelecidos no edital, evitando-se que equívocos formais sanáveis sejam mais severamente penalizados do que falhas de conteúdo e de estratégia.

Termos em que, pede deferimento.

JOAO
HENRIQUE
MOREIRA
MARTINS DE
BARROS:022963
02190

Assinado de
forma digital por
JOAO HENRIQUE
MOREIRA
MARTINS DE
BARROS:0229630
2190

RENCA
COMUNICA
CAO

LTDA:24122 AO

372000159

Assinado de
forma digital
por RENCA
COMUNICAC

LTDA:241223

72000159

Rondonópolis/MT, 09 de setembro de 2025.

JOÃO HENRIQUE MOREIRA MARTINS DE BARROS

CEO

RENCA COMUNICAÇÃO LTDA