

**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 **RECURSO**, 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.

O certame, regido pela Lei de Licitações e Contratos Administrativos nº 14.133, de 1º de abril de 2021 e alterações e Decreto Municipal no 11.685, de 18 de setembro de 2023 e demais legislações pertinentes.

O cabimento de recurso está previsto no regulamento aplicável ao processo, assegurando às licitantes o direito de questionar os atos praticados no âmbito do certame, desde que respeitados os prazos e requisitos formais estabelecidos. As razões devem ser fundamentadas e apresentadas em até cinco dias úteis após a ciência do ato impugnado, com protocolo junto à Comissão Permanente de Licitação. Tal previsão resguarda os princípios do contraditório e da ampla defesa no curso do procedimento licitatório.

II. RAZÕES DO RECURSO

1. DA AVALIAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA PROPOSTA DA AGÊNCIA RENCA EM COMPARAÇÃO AS NOTAS E APONTAMENTOS DAS DEMAIS CONCORRENTES

O edital é claro e objetivo ao estabelecer os parâmetros de avaliação: **clareza, viabilidade, cumprimento de prazo, justificativa técnica, economicidade e equilíbrio na utilização dos meios**. Tais critérios devem ser aplicados de forma uniforme a todas as agências participantes, sob pena de violação aos princípios da **isonomia** e do **julgamento objetivo**.

Não é possível aceitar que se utilizem **duas medidas distintas** para avaliar concorrentes em um mesmo certame. O que a Renca defende é simples: que os critérios previstos no edital sejam aplicados de forma **igualitária** a todas as agências, reconhecendo objetivamente as falhas e fragilidades apontadas. Apenas assim haverá respeito à legalidade, à isonomia e ao julgamento objetivo que devem nortear o processo licitatório.

A Agência RENCA no **raciocínio básico**, conforme avaliação da subcomissão técnica, *“apresentou um texto com construção sólida, entretanto, incluiu referências diretas ao gestor municipal, assumindo narrativa em tom mais personalizado, o que poderia afastar o tom do foco institucional”*, **sendo o único ponto negativo apontado neste subquesto**, obtendo média de **notas de 23,50**.

Observa-se que a Agência GENIUS, no mesmo subquesto, **obteve nota média de 27,00**, entretanto, conforme avaliação da subcomissão técnica, *“a agência apresentou raciocínio básico insuficiente, com construção textual rasa, limitando-se apenas poucos dados disponibilizados no briefing”*.

Tal discrepância revela **falta de uniformidade na aplicação do edital**, prejudicando a isonomia entre os concorrentes. A ausência de uniformidade na aplicação dos critérios do edital é evidente: penalizou-se a Renca, que cumpriu integralmente os requisitos técnicos, ao mesmo tempo em que se manteve a Genius bem avaliada, mesmo reconhecendo o descumprimento do edital.

A **agência ZF**, obteve nota média de 24,00 no referido subquesto, entretanto, conforme avaliação da subcomissão técnica, **foram encontrados dois erros**, sendo *“a construção textual apresentada com pouca clareza e escassez de dados técnicos”*, bem como, o mesmo erro apontado a Agência Renca, o de *“incluir referências diretas ao gestor municipal, assumindo narrativa em tom mais personalizado, o que poderia afastar o tom do foco institucional”*.

Restando claro e evidente, **a ausência de critérios objetivos na avaliação das propostas**.

No subquesto de **Estratégica de Comunicação Publicitária**, a Agência RENCA conforme avaliação da subcomissão técnica, *“apresentou proposta com construção textual em bom nível de elaboração, articulando de forma eficaz a defesa do partido temático e o conceito proposto, garantindo que a mensagem seja transmitida com coerência aos públicos-alvo definidos no briefing”*, **sendo apontado como único ponto negativo**, que *“em alguns trechos, percebeu-se certa confusão entre a gestão e a instituição, o que acabou inserindo uma pessoalidade que interferiu na objetividade da argumentação”*, **obtendo nota média de 50,50**.

Todavia, a agência GENIUS, no mesmo subquesto, conforme avaliação da subcomissão técnica, **foram apontados quatro pontos negativos**, sendo: *“apresentou proposta com construção textual confusa, sem muita clareza na estratégia, dificultando a entrega da mensagem, com pouco destaque nas ações de mobilidade desenvolvidas pela prefeitura, sem atingir todos os públicos definidos no briefing”*. Ocorre que, **a nota média obtida nesse subquesto foi de 53,50**.

Ao analisar ambas as avaliações, é perceptível que a proposta apresentada pela agência RENCA estava mais bem avaliada do que a da agência GENIUS, entretanto, esta última obteve pontuação maior, ficando mais uma vez claro a ausência de critérios objetivos de avaliação.

No tocante a avaliação do **subquesto da Ideia Criativa**, conforme avaliação da subcomissão técnica, a proposta da agência RENCA *“atendeu todas as peças obrigatórias do briefing, com um desdobramento consistente que cumpriu os objetivos da mensagem a ser transmitida e alcançou o público-alvo, abordando com clareza a conscientização e as ações implementadas pela prefeitura, alinhadas ao partido temático e ao conceito sugerido, sendo as peças desenvolvidas com originalidade e criatividade, conferindo força e identidade a comunicação”*, **sendo apontado como único ponto negativo**, o descumprimento de exigência do edital no tocante a apresentação do pen-drive de forma avulsa, **sendo a nota média finalizada em 63,40**.

Ocorre que, ao analisar a avaliação da subcomissão técnica da proposta da agência GONÇALVES CORDEIRO, **pontuaram dois pontos negativos**, sendo *“um em relação ao guide de marca, onde foi observado a necessidade de ajustar a disposição dos ícones que indicam os endereços de direcionamento”*, e outro, o mesmo apontado em desfavor da agência RENCA, *“o descumprimento de exigência do edital no tocante a apresentação do pen-drive de forma avulsa”*. **Entretanto, a referida proposta obteve pontuação média de 66,20**. No mesmo sentido, a **agência SOUL** também incorreu no mesmo erro de entrega do pen-drive, e obteve **nota média de 66,90**.

Ainda sobre o subquesto **Ideia Criativa**, a subcomissão técnica apontou na proposta da agência LOGUS as seguintes falhas: *“a escolha estética e simbólica pode dificultar a assimilação da fase de conscientização pretendida pela mensagem, tornando a leitura menos evidente sob esse aspecto”*. **Entretanto, a agência Logus obteve pontuação média de 66,90.**

Quanto a avaliação da subcomissão técnica da proposta da agência RENCA do subquesto de **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, restou apontado que a estratégia foi apresentada com clareza, sustentada por uma argumentação sólida que demonstra domínio dos critérios estabelecidos e profundo conhecimento sobre os hábitos e o consumo de mídia da população. Entretanto, as **ações de não mídia** merecem destaque pela boa elaboração, no entanto, afirmaram que faltou detalhamento quanto a forma de execução dessas entregas e a estimativa de custos envolvidos, sendo aplicado a nota média de 49,80.

No entanto, **ao observar as avaliações da subcomissão técnica no mesmo subquesto de outras propostas**, identificamos que: quanto a **agência SOUL**, *“a mídia off estava rasa em sua elaboração, com pouca frequência e sem utilização dos diversos meios e formatos que poderiam alcançar efetivamente o público-alvo definido no briefing”*, obtendo **nota média de 57,80.**

A proposta da **agência GONÇALVES CORDEIRO** obteve **dois apontamentos negativos**, sendo o da *“execução nos canais out-of-home, digitais e de rádio durante o mês de agosto exceder o período previsto de divulgação da campanha”* e, foram encontradas *“divergências nos mapas analíticos entregues e as datas originalmente planejadas”*, sendo obtida a **nota média de 55,50**. Registra-se que, o respectivo erro deveria ocasionar a DESCLASSIFICAÇÃO da referida proposta, já que está em claro desatendimento do edital.

Não se pode admitir a utilização de duas régua distintas na avaliação. O edital é objetivo: exige clareza, viabilidade, cumprimento de prazo, justificativa técnica, economicidade e equilíbrio entre os meios.

A análise detida das avaliações realizadas pela SubComissão evidencia **inconsistências na aplicação dos critérios estabelecidos no edital**, resultando em discrepâncias entre os apontamentos técnicos feitos pelos jurados e as notas efetivamente atribuídas.

Conforme registrado nos comentários, em diversos casos a **Renca recebeu observações positivas**, não tendo a nota acompanhado os comentários, ao passo que outras agências tiveram apontadas fragilidades objetivas e foram beneficiadas com altas notas. **Tal circunstância revela ausência de uniformidade na aplicação do julgamento objetivo exigido pelo instrumento convocatório.**

Não se pode admitir a utilização de **critérios distintos para propostas submetidas ao mesmo edital**. O instrumento convocatório é objetivo: exige **clareza, viabilidade, cumprimento de prazo, justificativa técnica, economicidade e equilíbrio de meios**. A Renca atendeu a todos esses pontos, enquanto outras agências apresentaram fragilidades inequívocas e não foram penalizadas na mesma medida.

Assim, a aplicação uniforme dos critérios se impõe, a fim de restabelecer a **isonomia e o julgamento objetivo** que devem nortear o certame.

2. Resposta à Observação da subcomissão técnica – Custos e Distribuição da Não Mídia da RENCA COMUNICAÇÃO LTDA

Em atenção à observação da banca quanto à suposta ausência de detalhamento dos custos e da forma de execução das ações de não mídia, cumpre esclarecer que **a documentação apresentada contemplou, de maneira clara, precisa e aderente ao briefing, ambos os aspectos questionados.**

Aspecto Financeiro: Os Quadros Orçamentários anexos – *Quadro 1 (Resumo Geral de Verba de Veiculação e Produção)* e *Quadro 2 (Detalhamento dos Custos de Produção)* – evidenciam a previsão detalhada das ações de não mídia, incluindo cartazes, adesivos e panfletos. Os documentos apresentam valores unitários, totais e respectivas especificações técnicas. O montante destinado, no valor de R\$ 35.640,00, correspondente a 0,62% do investimento global, demonstra que a frente foi devidamente orçada e planejada em conformidade com as diretrizes do briefing, assegurando transparência e economicidade.

Aspecto Operacional: No que tange à execução, a *Defesa de Mídia* descreve de forma objetiva a estratégia de distribuição: os cartazes seriam afixados em pontos estratégicos da cidade (escolas, Detran, Ciretran, secretarias municipais, postos de combustível, polos industriais, ônibus e abrigos), garantindo presença física da campanha em locais de alta circulação.

Ademais, foi prevista a distribuição pedagógica de panfletos e adesivos no ambiente escolar, estimulando crianças a atuarem como agentes multiplicadores da mensagem no núcleo familiar, conferindo caráter educativo e de engajamento social às ações.

Registra-se que a Agência DMD, apesar de elogiada pela inovação digital, não apresentou detalhamento de execução em não mídia, deixando de cumprir exigências de clareza e viabilidade (ausência de plano operacional, estimativas de cobertura e cronograma). A falha, porém, não impactou sua nota de forma significativa.

Diante do exposto, resta demonstrado que não procede a alegação de ausência de custos ou de previsão de distribuição. A proposta de não mídia foi apresentada de forma robusta, tecnicamente consistente e em estrita consonância com o **Subquestito 14.3.1.5 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**, atendendo integralmente às alíneas **a** (adequação ao briefing), **b** (consistência técnica) e **e** (eficiência e economicidade).

4. Dos Pedidos

Diante de todo o exposto, requer ao Agente de Licitação:

- a) **O conhecimento e provimento do presente recurso**, reconhecendo-se as inconsistências apontadas entre os comentários dos jurados e as notas atribuídas;
- b) **A revisão das notas da RENCA**, de forma a refletir o atendimento integral aos critérios previstos no edital, notadamente quanto à clareza, viabilidade, cumprimento de prazo, economicidade, equilíbrio entre meios e consistência técnica;
- c) **A aplicação uniforme e isonômica dos critérios estabelecidos no edital** a todas as agências participantes, em estrita observância aos princípios da legalidade, da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo;
- d) Por fim, **a retificação do resultado da fase de julgamento das propostas técnicas**, com a consequente reclassificação da Renca, se for o caso, conforme a correta atribuição das notas.

Termos em que, pede deferimento.

Rondonópolis/MT, 02 de setembro de 2025.

JOÃO HENRIQUE MOREIRA MARTINS DE BARROS
CEO
RENCA COMUNICAÇÃO LTDA