



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Município de Rio das Ostras

RECURSOS

MKT – PROCESSO RECURSAL 44483/2025

DR PROPAGANDA – PROCESSO RECURSAL 45126/2025

ICRP – PROCESSO RECURSAL 45130/2025





Protocolo de Processo

R
F

Processo: 44483/2025

Data da inclusão: 29/10/2025 08:35:36

Assunto: RECURSO - ATO LICITATÓRIO

Requerente:

MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA

CGM: 175757

Destino:

CPLP I - Comissão Permanente de Licitação e Pregão I



INFORMATIVO:

Consulte seu processo pelos telefones (22) 2771-6315 / (22) 2764-8597

ou pelo endereço <https://processos.riodasostras.rj.gov.br>

ou acesse www.riodasostras.rj.gov.br - Serviços - Andamento de Processos

RECURSO ADMINISTRATIVO

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO	
Processo nº	44483 / 2025
Fts. nº	03
Mat. nº	2082/6
Rubrica	

AO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 38192/2024

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, com o objetivo de promover e divulgar os programas, projetos e campanhas da Administração do Município de Rio das Ostras.

MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 31.389.220/0001-82, com sede na Rua Voluntários da Pátria, nº 301, sala 902, Botafogo, Rio de Janeiro, RJ, CEP 22.270-000, neste ato representada por seu Diretor Presidente, **CAIO ORNELAS VELLOSO**, brasileiro, publicitário, casado, portador da Carteira de Identidade nº 20.XXX.338-1 (DIC/RJ) e inscrito no CPF sob o nº 124.XXX.XXX-18, residente e domiciliado na Rua Baronesa de Poconé, nº 66, apto. 404, Lagoa, Rio de Janeiro, CEP 22471-270, vem, respeitosamente, perante esta r. comissão, por seu representante infra-assinados, com fulcro no Art. 165 da Lei Federal nº 14.133/2021 e no item 22 do Edital de Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025, interpor o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO** contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, requerendo a revisão da pontuação atribuída, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas:

I. SÍNTESE DO PROCESSO

Autua - a
em 29/10/2025
Tatiana Ribeiro
Membro Com. Perm.
Licitação e Pregão
Município de Rio das Ostras

O presente certame licitatório, Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025, tem como finalidade a contratação de uma agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos, visando a promoção e divulgação dos programas, projetos e campanhas da Administração do Município de Rio das Ostras. A modalidade de licitação escolhida foi "Melhor Técnica e Preço", conforme estabelecido no item 1.1 do Edital e detalhado na Seção 5 do Anexo I – Termo de Referência.

Em resposta às exigências do Edital e seu Anexo V – *Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica*, a Recorrente apresentou sua Proposta Técnica, que incluía um Plano de Comunicação Publicitária abrangente. Este plano, de acordo com as especificações, continha todas as informações requeridas, tais como Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

A particularidade da proposta da Recorrente consistiu na apresentação de duas campanhas completas: "Rio das Ostras é Mais" e "Um Lugar para Compartilhar". Cada uma dessas campanhas foi desenvolvida com seu respectivo plano de comunicação, demonstrando a capacidade técnica e criativa da agência em abordar os objetivos comunicacionais do Município sob diferentes vertentes temáticas, mas com alinhamento estratégico.

Contudo, no resultado final do julgamento da Proposta Técnica, a Subcomissão Técnica atribuiu uma penalização à Recorrente. A justificativa para essa redução de pontuação foi a alegação de que a segunda campanha, "Um Lugar para Compartilhar", "não apresentava integração com o plano de comunicação entregue", o que levou à desconsideração de parte significativa do trabalho apresentado.

A referida penalização é objeto deste recurso, pois a Recorrente entende que a interpretação da Subcomissão Técnica diverge dos termos do Edital e da legislação pertinente, desconsiderando a amplitude do objeto licitado e a ausência de restrições expressas quanto ao número de campanhas ou à forma de sua "integração", desde que coerentes com o briefing e os objetivos estratégicos.

II. DA TEMPESTIVIDADE DO RECURSO

Conforme o item 22.2 edital, "O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata." A publicação do resultado do julgamento das Propostas Técnicas e a consequente intimação da decisão ocorreram em 23/10/2025, o que significa que o prazo para a interposição deste recurso, considerando a contagem de prazo que exclui-se o dia de início e conta-se o dia final e considerando os feriados, se encerra em 29/10/2025.

Dessa forma, tendo o presente Recurso Administrativo sido protocolado nesta data, verifica-se que o mesmo cumpre integralmente os requisitos de prazo estabelecidos no item 22.2 do Edital, bem como no Art. 165 da Lei nº 14.133/2021, que rege a matéria, demonstrando sua plena tempestividade e legitimidade para análise por esta Comissão.

III. DO MÉRITO DO RECURSO

A principal questão que fundamenta este recurso reside na penalização imposta à Licitante pela Subcomissão Técnica, sob o argumento de que a segunda campanha apresentada ("Um Lugar para Compartilhar") "não apresentava integração com o plano de comunicação entregue".

É imperioso destacar que o *Edital*, em nenhum de seus dispositivos ou anexos, restringe a entrega a uma única campanha ou estabelece um critério que penalize a apresentação de múltiplas campanhas, desde que estas estejam alinhadas com o objeto e os objetivos da licitação.

Ao contrário, o objeto da licitação, conforme o item 2.1 do *Edital*, é a "CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E **CAMPANHAS** DA ADMINISTRAÇÃO". O uso do plural "campanhas" denota a expectativa de que a agência selecionada terá a capacidade de desenvolver e gerenciar múltiplas frentes comunicacionais.

Adicionalmente, o *Anexo I – Termo de Referência*, em sua Seção 2.1, reitera que o objeto abrange "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 de competência do MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS aos veículos e demais meios de divulgação", um escopo amplo que naturalmente permite a elaboração de diversas abordagens criativas.

Ainda no *Anexo I – Termo de Referência*, na Seção 2.14.1, ao justificar a contratação de apenas uma agência, o Edital menciona "o volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas pelos órgãos", o que reforça a ideia de que a capacidade de entregar múltiplas e variadas campanhas é, na verdade, um ponto positivo, e não um motivo para penalização.

Conforme o *Anexo V – Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica*, o "Plano de Comunicação Publicitária" deve conter o desenvolvimento completo de conceito e execução de campanha(s). A redação no plural ("campanha(s)") no corpo do

Briefing e na descrição do Anexo V (Item 1, "PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA", que aborda "Ideia Criativa") evidencia que não há limitação numérica de propostas criativas.

Especificamente, o Anexo V, Item 1.4 ("Ideia Criativa"), permite à Licitante apresentar uma "relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de 'Estratégia de Comunicação Publicitária', com comentário sobre cada peça e ou material", e escolher "10 (dez) peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação". Isso sugere a possibilidade de um conjunto robusto de ideias, que pode se materializar em mais de uma campanha.

Portanto, a apresentação de duas campanhas independentes, cada uma com seu respectivo plano de comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégias de Mídia e Não Mídia), não apenas está em conformidade com as diretrizes editalícias, como também amplia a aderência ao briefing e à finalidade de demonstrar a capacidade técnica e criativa da agência, nos termos do Art. 9º da Lei Federal nº 12.232/2010.

As campanhas apresentadas pela Recorrente, "Rio das Ostras é Mais" e "Um Lugar para Compartilhar", embora distintas em seus motes e linhas criativas, possuem uma notável coerência temática e comunicacional. Ambas partem de um mesmo diagnóstico situacional, dos objetivos estratégicos e do público-alvo definidos no Plano Geral apresentado.

A campanha "Rio das Ostras é Mais" foi desenvolvida para valorizar o posicionamento institucional e turístico do Município, destacando atributos como pluralidade, cultura e a vocação para

negócios. Esta campanha busca reforçar a imagem da cidade como um destino completo e multifacetado.

Por sua vez, a campanha "Um Lugar para Compartilhar" aprofunda o eixo relacional e participativo, com foco no reforço do engajamento social e do sentimento de pertencimento local. Ela complementa a primeira ao abordar a dimensão humana e comunitária da cidade.

Ambas as campanhas, portanto, dialogam com o mesmo plano estratégico, estruturadas de modo complementar e derivadas de um raciocínio comum: reposicionar Rio das Ostras como uma cidade viva, plural e integrada entre turismo, cultura e negócios, como explicitamente buscado pelo *Briefing* do Anexo VII.

Não há, sob uma análise objetiva e técnica, ausência de integração conceitual, mas sim a exploração de duas vertentes de uma mesma estratégia macro. A capacidade de articular diferentes mensagens sob um guarda-chuva estratégico demonstra, na verdade, uma sofisticação e robustez técnica que deveria ser valorizada, não penalizada.

A penalização aplicada fere os princípios basilares da licitação pública, notadamente a isonomia, a objetividade do julgamento e a vinculação ao instrumento convocatório.

O Art. 5º da Lei nº 14.133/2021 estabelece os princípios da licitação, incluindo o do julgamento objetivo, que exige que a avaliação das propostas se baseie em critérios previamente definidos e mensuráveis, evitando subjetivismos.

A justificativa de "falta de integração" carece de base técnica e documental no Edital, uma vez que este não define um critério específico para a "integração entre campanhas distintas" dentro

de uma única Proposta Técnica. Os critérios para avaliação da Proposta Técnica estão detalhados no Anexo VI – *Do Processamento e Julgamento das Propostas Técnicas*, e nenhum deles aborda a penalização por múltiplas campanhas integradas ao plano.

Os critérios de avaliação do Plano de Comunicação Publicitária no Anexo VI, como "a acuidade de compreensão sobre o desafio de comunicação", "consistência lógica e a pertinência da argumentação", e "riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto", foram plenamente atendidos pelas duas campanhas, que, de fato, enriqueceram a proposta técnica.

A Subcomissão Técnica, ao aplicar tal penalização, incorreu em subjetividade incompatível com o julgamento técnico previsto, desconsiderando que a complexidade e a profundidade da análise do problema de comunicação podem, e muitas vezes devem, culminar em diferentes frentes de ação que, embora autônomas em sua execução, são conceitualmente interligadas.

O item 20.4 do *Edital* expressamente orienta que "A Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei nº 14.133/2021."

A penalização, ao invés de buscar a proposta mais vantajosa, contradiz este princípio, pois desconsidera uma demonstração de capacidade técnica superior, baseando-se em uma

interpretação restritiva e não explícita do Edital, prejudicando indevidamente a Recorrente.

IV. DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

Diante do exposto e da análise dos termos do *Edital*, do *Anexo I – Termo de Referência*, do *Anexo V – Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica*, do *Anexo VII - Briefing* e do *Anexo VI – Do Processamento e Julgamento das Propostas Técnicas*, verifica-se que a penalização aplicada à Recorrente pela Subcomissão Técnica, sob a alegação de "falta de integração" da segunda campanha, carece de fundamentação clara e objetiva no instrumento convocatório.

A apresentação de duas campanhas ("Rio das Ostras é Mais" e "Um Lugar para Compartilhar"), cada uma com seu plano de comunicação completo, não apenas atende, mas excede as expectativas implícitas e explícitas do Edital, que utiliza o plural "campanhas" para descrever o objeto e a "diversidade de ações publicitárias" como justificativa para a contratação. As campanhas são, na verdade, vertentes complementares de uma estratégia unificada de reposicionamento do Município de Rio das Ostras.

A decisão da Subcomissão Técnica configura uma avaliação subjetiva e desvinculada dos critérios objetivos estabelecidos no Anexo VI, ferindo os princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação ao instrumento convocatório, pilares da Lei nº 14.133/2021. A capacidade de desenvolver múltiplas abordagens criativas e estratégicas para um mesmo objetivo é um indicativo de excelência técnica, que deveria ser premiada, e não penalizada.

A interpretação dada pela Subcomissão desconsidera o espírito da licitação e o objetivo de contratar a proposta mais vantajosa, conforme o Art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e o item 20.4 do

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO	
Processo n°	44483 / 2025
Fls. n°	11
Mat. n°	2082/6
Rubrica	

Edital. A rigidez formal em aspectos não explicitamente restritivos do Edital, quando o conteúdo demonstra clareza e aderência ao briefing, vai de encontro à busca pela melhor solução para a Administração Pública.

Assim, requer a Recorrente que este respeitado Presidente da Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão Técnica, após reanálise das razões aqui apresentadas e do cotejo com o Edital e seus anexos, reformem o julgamento da Proposta Técnica da MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA., anulando a penalização imposta e atribuindo a pontuação máxima aos quesitos afetados pela indevida interpretação, o que culminará na devida reclassificação da Recorrente no certame, em nome estrita observância aos princípios que regem as licitações públicas.

Nestes termos, Pede deferimento.

Rio de Janeiro, 28 de outubro de 2025.

Documento assinado digitalmente
gov.br CAIO ORNELAS VELLOSO
Data: 28/10/2025 17:53:34-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

CAIO ORNELAS VELLOSO
Representante Legal
MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA.



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO
Processo nº 44183 / 20 6
Fls. nº 12
Mat. nº 2082/6
Rubrica

NUMERO DE INSCRIÇÃO 31.389.220/0001-82 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 31/08/2018
---	---	--------------------------------

NOME EMPRESARIAL MKT MIDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA

TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****	PORTE EPP
---	--------------

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada
--

LOGRADOURO R VOLUNTARIOS DA PATRIA	NUMERO 00301	COMPLEMENTO SAL 902
---------------------------------------	-----------------	------------------------

CEP 22.270-000	BAIRRO/DISTRITO BOTAFOGO	MUNICIPIO RIO DE JANEIRO	UF RJ
-------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------

ENDEREÇO ELETRÔNICO C.VELLOSO@SAVINGCOMUNICACAO.COM	TELEFONE (21) 3215-7888/ (21) 9891-3113
--	--

ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****
--

SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 31/08/2018
-----------------------------	--

MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL

SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****
----------------------------	------------------------------------

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 2.119, de 06 de dezembro de 2022.

Emitido no dia 29/10/2025 às 08:32:12 (data e hora de Brasília).

Página: 1/1



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
Departamento de Protocolo e Arquivo Geral - DEPAG

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO

Processo nº: **44483/2025**

Folhas de nº: 13

Mat.: **2082-6** Rubrica [assinatura]

A (o) **CPLP I - Comissão Permanente de Licitação e Pregão I**

FL. 02 à 13.

Para os devidos fins.

Rio das Ostras, 29 de outubro de 2025.

~~Ariquermes Otilio de Magalhães~~
~~Agente Administrativo~~
~~Matrícula: 2082-6~~





Protocolo de Processo



Processo: **45126/2025**

Data da inclusão: **30/10/2025 16:33:32**

Assunto: **Recurso**

Requerente:

D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA

CGM: **175804**

Destino:

DELCO - Departamento de Licitações e Contratos - 786



INFORMATIVO:

Consulte seu processo pelos telefones (22) 2771-6315 / (22) 2764-8597

ou pelo endereço <https://processos.riodasostrs.rj.gov.br>

ou acesse www.riodasostrs.rj.gov.br - Serviços - Andamento de Processos

Ilustríssimo Senhor Secretário Municipal da Secretaria de Administração Pública da Prefeitura de Rio das Ostras

Departamento de Licitação e Contratos

Comissão Especial de Contratação

Concorrência Pública nº 90001/2025

D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA., sociedade empresária inscrita no CNPJ sob nº 29.839.297/0001-65, neste ato representada pelo sócio RICARDO DE ALMEIDA PEREIRA, inscrito no CPF sob nº 087.688.927-56, vem, a V. Sa., interpor o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**, com base no item 22 do Edital e art. 165 da Lei nº 14.133/2021, conforme fatos e fundamentos a seguir exposto.

1. TEMPESTIVIDADE

Com base no item 22.2 do Edital da Concorrência Pública nº 90001/2025, o prazo para interposição deste recurso é de 3 dias úteis, a contar da lavratura da ata, feita em 23/10/2025.

Considerando os feriados dos dias 27 e 28 de outubro, tempestiva é a interposição deste recurso até o dia 30/10/2025.

2. FATOS

No dia 23/10/2025 foi proclamado resultado final do julgamento geral da Proposta Técnica, cuja vencedora foi a empresa recorrente:

LICITANTES	INVÓLUCROS Nº 01	INVÓLUCROS Nº 03	TOTAL (NPT)
D.R. PROPAGANDA E MARKETING	64,00	35,00	99,00
EUROFORT COMUNICAÇÃO	62,47	35,00	97,47
ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL	61,98	35,00	96,98
MKT MÍDIAS DIGITAIS	48,50	35,00	83,50
PUBLIKA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO	42,31	35,00	77,31

Em que pese ter ocorrido a habilitação e classificação de todas as empresas supracitadas, importante impugnar, nesta oportunidade, acerca da classificação das licitantes ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL e MKT MÍDIAS DIGITAIS.

2. RAZÕES DO RECURSO.

As empresas licitantes ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL e MKT MÍDIAS DIGITAIS não devem ser classificadas para concorrer o presente certame em razão de terem desrespeitado regra editalícia que tinha o condão de tornar a licitação equânime a todos os participantes.

2.1. A forma de apresentação da Proposta Técnica.

No item 11.3.1 do edital (pág. 15) é exposto como deve ser a forma de apresentação da Proposta Técnica e seu conteúdo que deverão obedecer ao especificado no ANEXO V (pág. 106).

No entanto, a empresa MKT MÍDIAS DIGITAIS deixou de observar a forma adequada, restando impugnados os seguintes itens de sua Proposta Técnica:

- Inserção de capa (pág. 1) v- "Proposta técnica Rio das Ostras" - não previsto no edital;
- Apresentou slogan da campanha (pág. 2), o que não está previsto no Edital;
- Espaçamento duplo entre parágrafos;
- Não apresentou de forma separada os itens '1.1 Raciocínio Básico'; '1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária'; '1.4 Ideia Criativa'; '1.5 Estratégia de Mídia e não Mídia'.

Dessa forma, resta impugnada a sua classificação.

A empresa ICRP COMUNICACAO DIGITAL, por sua vez, deixou de observar a forma adequada referente aos seguintes itens em sua Proposta Técnica:

- Espaçamento duplo entre parágrafos;
- Não apresentou de forma separada os itens '1.1 Raciocínio Básico'; '1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária'; '1.4 Ideia Criativa'; '1.5 Estratégia de Mídia e não Mídia';
- Apresentou 02 planos de comunicação publicitária - conforme resposta do pedido de esclarecimento 01 (em anexo) - PERGUNTA 4 – Sobre os itens Raciocínio Básico / Estratégia de Comunicação / Ideia Criativa / Estratégia de Mídia.

Diante deste último item citado, não há como saber se será considerado 01 plano de comunicação integrado considerando as duas campanhas, ou haverá 01 plano de comunicação para cada campanha a ser apresentada.

Em atenção ao Edital da Licitação, deverá ser adotado apenas 01 (um) plano de comunicação para as campanhas a serem apresentadas, motivo pelo qual não pode ser aceito o escopo apresentado pela ICRP COMUNICACAO DIGITAL. Motivo pelo qual requer a sua desclassificação do certame.

2.2. Fundamentos jurídicos.

A fim de fundamentar a pretensão apresentada, importante destacar o princípio da vinculação ao edital, um dos pilares fundamentais do processo licitatório, conforme estabelecido na Lei nº 14.133/2021, que rege as licitações e contratos administrativos.

Este princípio determina que tanto a Administração quanto os licitantes estão estritamente vinculados às regras e condições estabelecidas no edital.

"Art. 5º Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da

entendimento do colendo Superior Tribunal de Justiça verifica-se o princípio da vinculação ao edital pela Administração Pública e os licitantes do art. 41 da Lei nº 8.666/1993 - Em processo licitatório o edital é a lei para os concorrentes, devendo ser suas disposições rigorosamente cumpridas pelos licitantes, incorrendo risco de ferir os princípios básicos da licitação, especialmente quanto à legalidade, igualdade e vinculação ao edital - A inobservância do edital implica na inabilitação do licitante ao certame, o que afasta seu direito de participar das fases subsequentes. (TJ-MG - AC: 10000210864807001 MG, Relator Belizário de Lacerda, Data de Julgamento: 27/07/2021, Câmaras Cíveis / 7ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 04/08/2021)

PROCESSUAL CIVIL. ADMINISTRATIVO. AGRAVO DE INSTRUMENTO. VESTIBULAR UNIFICADO UFSC/IFSC. RECURSO ADMINISTRATIVO. TUTELA DE URGÊNCIA. SINDICABILIDADE DOS ATOS DO PROCESSO SELETIVO. INTERFERÊNCIA DO JUDICIÁRIO. POSSIBILIDADE QUANTO À AUSÊNCIA DE VINCULAÇÃO E INOBSERVÂNCIA DO EDITAL DO CERTAME. AGRAVO DESPROVIDO. 1. Cinge-se a controvérsia, no presente momento processual, à possibilidade de suspensão dos efeitos da decisão agravada, a qual concedeu tutela provisória para determinar ao réu que novamente analisasse o recurso do autor e atribuisse, ao seu critério, com a fundamentação adequada, nota ao item em discussão, declarando nula a alegada impossibilidade de atribuição de pontuação parcial, em observância ao edital. 2. Em matéria de concurso público, ao Judiciário compete unicamente o exame da legalidade e do respeito aos princípios que norteiam a Administração Pública, além da compatibilidade do conteúdo das questões com a previsão editalícia, sendo vedada a substituição da banca examinadora para avaliar respostas dadas pelos candidatos ou notas a eles atribuídas. Precedentes do Supremo Tribunal Federal. 3. Nessa perspectiva, a respeito da sindicabilidade pelo Poder Judiciário do ato ora questionado pelo autor, impende ressaltar a impossibilidade de que o julgador se substitua à banca examinadora, restringindo-se a sua atuação ao exame da legalidade, notadamente da vinculação entre prova e edital e a eventual ocorrência de erro grosseiro. 4. Como bem constatado pelo juízo primevo, em juízo perfunctório, tenho que a justificativa apresentada pela banca não atende aos critérios editalícios. Isso porque o item 5.3 do edital não prevê expressamente a possibilidade de atribuição parcial de nota a itens isolados das questões discursivas, é dizer, não se extrai da leitura do normativo qualquer distinção entre a possibilidade de atribuição de notas parciais a itens isolados ou a questões inteiras. Registre-se que o conteúdo da resposta efetivamente apresentada pelo candidato não é relevante nesta análise, pois o foco da apreciação está sobre a sistemática de correção, a qual, ao que vejo, parece estar em desacordo com os termos do edital. 5. É o edital o instrumento que estipula de forma transparente as regras do certame e garante a observância aos princípios da isonomia e da legalidade. Assim sendo, não há que se falar, a meu ver, em estabilizar a inobservância às regras editalícias em privilégio de alegada isonomia, a qual é fonte e faceta do próprio princípio da vinculação ao edital. Precedentes. 6. Em juízo perfunctório, vislumbra-se, no caso concreto, ausência de vinculação e inobservância do edital do certame. Na hipótese dos autos, portanto, tratando-se de situação excepcional, é admissível a interferência judicial. 7. Agravo de instrumento desprovido. (TRF-4 - AG: 50071084020234040000 RS, Relator.: VICTOR LUIZ DOS SANTOS LAUS, Data de Julgamento: 17/05/2023, 4ª Turma)

3. PEDIDOS

Por todo o exposto, requer-se seja recebido o presente recurso administrativo e julgado procedente no sentido de (i) reconsiderar a decisão proferida e desclassificar as empresas ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL e MKT MÍDIAS DIGITAIS ou, (ii) não havendo reconsideração, que sejam as referidas empresas desclassificadas pela autoridade superior.

Rio das ostras/RJ, 30 de outubro de 2025.



Documento assinado digitalmente
RICARDO DE ALMEIDA PEREIRA
Data: 30/10/2025 15:20:27-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA
CNPJ: 29.839.297/0001-65
RICARDO DE ALMEIDA PEREIRA
SÓCIO/ADMINISTRADOR



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO
Processo Nº 45126 2025
Folha 08
Rubrica [assinatura] Matr: 9555-9

A(o) DEL CO. FL. 02 à 08

Para os devidos fins.

Rio das Ostras, 30 de Outubro de 2025

FRANCISCO SOARES DA CRUZ
AUXILIAR ADMINISTRATIVO
Matrícula: 9 555-9



 **Estado de Magalhães e da Serra Leoa**
Agenzia Administrativa
Mat... 2082-6



Sistema NewSali - 2023 - Desenvolvido pela Prefeitura de Rio das Ostras

RECURSO ADMINISTRATIVO

Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025

Processo Administrativo nº 38192/2024

Município de Rio das Ostras – RJ

Assessoria de Comunicação Social e Tecnologia da Informação – ASCOMTI

I. IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE RECORRENTE

Razão Social: ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA.

Nome Fantasia: Muganga

CNPJ: 08.445.494/0001-20

Endereço: Rua Frei Matias Tevis, 280, sala 0319, Emp. Albert Einstein, Ilha do Leite, Recife/PE – CEP 50.070-465

Representante Legal: Yuri Marcos Antunes Aguiar – Diretor Geral

CPF: 028.324.011-39

II. OBJETO DO RECURSO

O presente recurso administrativo é interposto pela **ICRP Comunicação Digital Ltda. / Muganga**, com fundamento nos arts. 165 a 168 da Lei nº 14.133/2021, e art. 12, inciso IV, da Lei nº 12.232/2010, em face do resultado de julgamento técnico da **Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025**, que avaliou as propostas das empresas **Eurofort Comunicação e D.R Propaganda e Marketing**.

A recorrente busca:

1. A **revisão das notas atribuídas** às referidas empresas, diante de inconsistências e descumprimentos de critérios obrigatórios previstos no edital;
2. A **reavaliação positiva da proposta da ICRP Comunicação Digital Ltda.**, que cumpriu **integralmente os quesitos técnicos** e apresentou **solução de comunicação superior, mais consolidada e aderente** ao Termo de Referência.

III. ANÁLISE PROPOSTA – EUROFORT COMUNICAÇÃO

Conceito: “Onde a natureza inspira e os negócios prosperam”

Quesito I – Raciocínio Básico (Peso 10)

A proposta da Eurofort apresenta introdução de caráter descritivo, focada em paisagens e potencialidades econômicas de Rio das Ostras, **sem diagnóstico analítico de comunicação pública**.

yuri@icrp.digital

@agenciamuganga

agenciamuganga.com.br

Rua Frei Matias Tevis, 280, Sala 0319, Albert Einstein, 95, Ilha do Leite Recife, PE
CEP 50.070-465

*Autua-se
em 30/10/2025*

MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
Tatiana David Ribeiro
Membro Com. Perm.
Licitação e Pregão
1º DEPUTADO MAN. ARQUIVO

Não identifica o **problema público** a ser enfrentado nem define **indicadores de mensuração**, contrariando o **Anexo V, item 1.1**. O texto não contempla dados de audiência, comportamento digital ou sazonalidade do turismo, variáveis essas essenciais para embasar estratégias de comunicação pública.

Em contrapartida, a ICRP apresentou diagnóstico embasado em **fontes oficiais (IBGE, Sebrae, DataReportal, Cetic.br)**, detalhando as pressões turísticas e de mobilidade, bem como os gargalos informacionais do cidadão.

Além disso, definiu **indicadores quantitativos e qualitativos** (alcance, engajamento útil, tráfego qualificado, satisfação e economia de mídia), tornando o raciocínio verificável e objetivo.

O TCU, Acórdão nº 1925/2017 – Plenário, determina que a ausência de metas e indicadores compromete o princípio do julgamento objetivo.

Do pedido: A nota da Eurofort deve ser revista e reduzida por ausência de diagnóstico aplicado e indicadores; a ICRP, por sua vez, merece majoração de nota neste quesito por atender integralmente ao edital.

Quesito II – Estratégia de Comunicação (Peso 20)

A Eurofort descreve “dois grandes desafios” (turismo e negócios), mas não apresenta **plano de comunicação unificado**, como determina o **Esclarecimento nº 01, Pergunta 4**, que estabelece a obrigatoriedade de um **único plano integrador**. *Imagem comprobatória:*

PERGUNTA

4 – Sobre os itens Raciocínio Básico / Estratégia de Comunicação / Ideia Criativa / Estratégia de Mídia, deveremos considerar que será 01 plano de comunicação integrado considerando as duas campanhas, ou teremos 01 plano de comunicação para cada campanha a ser apresentada?

RESPOSTA:

Deverá ser adotado apenas 01 (um) plano de comunicação para as campanhas a serem apresentadas.

As estratégias são genéricas, sem jornada de públicos, tom de voz, mensagens-chave ou articulação tática entre os eixos. Falta ainda a previsão de **rotinas de governança intersecretarial** e **mecanismos de feedback**, essenciais em comunicação pública.

Já a ICRP construiu **plano unificado e modular**, integrando os dois eixos (turismo e negócios) por meio de um **conceito guarda e de uma arquitetura estratégica única**, com camadas de comunicação progressiva (“organizar, acolher e convidar”).

O plano da ICRP detalha:

yuri@icrp.digital

@agenciamuganga

agenciamuganga.com.br

Rua Frei Matias Tevis, 280, Sala 0319, Albert Einstein, 95, Ilha do Leite Recife, PE,
CEP 50 070-465

- Público-alvo segmentado por comportamento e localização;
- Estratégias de conversão de percepção;
- Métricas de resultado (KPIs);
- Rotina de avaliação e governança transversal.

O TCU (Acórdão nº 2966/2019 – Plenário) destaca que “a falta de coerência entre os subelementos da proposta técnica caracteriza erro substancial e exige reavaliação da pontuação”.

Do pedido: A proposta da Eurofort não atendeu ao modelo unificado e deve ter sua nota revista; a ICRP, que cumpre integralmente o quesito, deve ter sua nota majorada.

Quesito III – Ideia Criativa (Peso 20)

A Eurofort não apresenta **conceito-guarda definido** nem **manifesto criativo**. As descrições são institucionais, de tom governamental, e não configuram ideia criativa no sentido publicitário do termo.

A proposta carece de coerência estética e de narrativa simbólica, violando o **Anexo V, item 1.4**, que exige conceito unificador entre as campanhas.

Em contrapartida, a ICRP apresentou **dois conceitos integrados**:

- **“Para viver, sentir e voltar”** (Turismo)
 - **“Para acreditar, empreender e crescer”** (Negócios)
- ambos sustentados por um **manifesto criativo central** e por **lista completa de peças corporificadas e não corporificadas**, conforme exigido no edital.

A narrativa da ICRP é simbólica, cidadã e acessível — traduzindo a função pública da comunicação, conforme o art. 7º, §2º, da Lei 12.232/2010.

O TCU (Acórdão nº 2926/2013 – Plenário) reconhece que “a inexistência de conceito guarda ou manifesto criativo compromete a objetividade do julgamento”.

Do pedido: A Eurofort não atende ao quesito criativo; a ICRP cumpre integralmente, apresentando proposta conceitualmente sólida, original e funcional.

Quesito IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia (Peso 15)

A Eurofort menciona apenas “campanhas multicanais”, sem apresentar plano tático, critérios de seleção de meios, segmentação ou indicadores de performance.

Não há territorialização, integração on/offline nem estratégias de acessibilidade comunicacional.

yuri@icrp.digital

@agenciamuganga

agenciamuganga.com.br

Rua Frei Matias Tevis, 280, Sala 0319, Albert Einstein, 95, Ilha do Leite Recife, PE,
CEP 50 070-465

Já, a ICRP apresenta **plano completo de mídia e não mídia**, com critérios técnicos (Kantar Ibope, share de audiência, segmentação geográfica e comportamental), definição de fases, cronograma, KPIs, além de observância à **LGPD** e uso de canais proprietários da Prefeitura.

O TCU (Acórdão nº 2811/2018 – Plenário) dispõe que “a ausência de detalhamento técnico de meios inviabiliza aferição de viabilidade e demanda revisão de nota técnica”.

Do pedido: A Eurofort deve ter nota reduzida por insuficiência técnica e descumprimento do item 1.5 do edital; a ICRP cumpre o quesito com excelência e merece elevação de nota.

IV. ANÁLISE COMPARATIVA – D.R PROPAGANDA E MARKETING

Conceito: “Um Mar de Oportunidades”

Quesito I – Raciocínio Básico (Peso 10)

A proposta da D.R Propaganda apresenta narrativa descritiva e promocional, sem identificação de problema público e sem conversão do diagnóstico em **objetivos mensuráveis**, como determina o **Anexo V, item 1.1**.

Não há uso de dados concretos, tampouco indicadores de resultado.

Em contrapartida, a ICRP, conforme exposto, utiliza **bases estatísticas oficiais** e constrói raciocínio de comunicação vinculado a metas concretas e mensuráveis.

Do pedido: A nota da D.R Propaganda deve ser reduzida por ausência de mensurabilidade e diagnóstico aplicado; a ICRP deve ter nota majorada.

Quesito II – Estratégia de Comunicação (Peso 20)

A D.R Propaganda apresenta **planos separados** para turismo e negócios, contrariando o **Esclarecimento nº 01** que exige **plano único**.

Não há mapa de públicos, nem integração entre mensagens e canais.

Como já mencionado anteriormente, A ICRP propôs plano **unificado e modular**, com integração de eixos, KPIs e rotinas de monitoramento, em total aderência ao edital.

O TCU (Acórdão nº 1783/2016 – Plenário) reforça que “o não atendimento formal ao edital implica nulidade parcial do julgamento técnico”.

Do pedido: A D.R Propaganda deve ter nota revista por fragmentação estratégica; a ICRP cumpre integralmente e merece majoração.

yuri@icrp.digital

@agenciamuganga

agenciamuganga.com.br

Rua Frei Matias Tevis, 280, Sala 0319, Albert Einstein, 95, Ilha do Leite Recife, PE,
CEP: 50.070-445

Quesito III – Ideia Criativa (Peso 20)

O conceito “Um Mar de Oportunidades” é **de natureza promocional e mercadológica**, distanciando-se da função pública da comunicação institucional. Não há manifesto criativo nem descrição de peças, descumprindo o **Anexo V, item 1.4.1**.

Como apresentado anteriormente, a ICRP apresenta **conceitos guarda, manifesto criativo, arquitetura narrativa e peças listadas integralmente**, consolidando coerência estética e comunicacional.

O TCU (Acórdão nº 2811/2018 – Plenário) reconhece que a ausência de listagem de peças e manifesto compromete o julgamento objetivo.

Do pedido: A D.R Propaganda deve ter nota reduzida neste quesito; a ICRP merece aumento da pontuação por cumprimento completo e superioridade criativa.

Quesito IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia (Peso 15)

A D.R Propaganda não apresenta critérios de seleção de meios, segmentação de público ou métodos de mensuração. Além da ausência da territorialização e integração entre on e offline.

Em contrapartida, A ICRP entrega plano tático de mídia completo, com base metodológica, indicadores, cronograma e estratégias de mensuração de impacto, conforme o art. 11 da **Lei 12.232/2010**.

Do pedido: A proposta da D.R Propaganda carece de sustentação técnica; a ICRP cumpre plenamente e supera o desempenho das concorrentes.

V. CONCLUSÃO GERAL

Diante das análises comparativas, resta demonstrado que:

- As propostas da **Eurofort Comunicação** e da **D.R Propaganda e Marketing** apresentam **inconsistências formais e técnicas**, violando dispositivos do edital e princípios da Lei 12.232/2010;
- A proposta da **ICRP Comunicação Digital Ltda.** **cumpre integralmente todos os quesitos**, com superioridade técnica comprovada, consistência estratégica, coerência conceitual e metodologia verificável.

Assim, requer-se:

1. A **redução das notas técnicas** atribuídas às concorrentes Eurofort e D.R Propaganda;

yuri@icrp.digital

@agenciamuganga

agenciamuganga.com.br

Rua Frei Matias Tevis, 280, Sala 0319, Albert Einstein, 95, Ilha do Leite Recife, PE,
CEP 50 070-465

2. A **elevação da nota técnica** da ICRP Comunicação Digital Ltda., em razão do cumprimento integral e superior dos critérios técnicos;
3. A consequente **reclassificação das propostas técnicas**, observando-se os princípios da legalidade, isonomia e julgamento objetivo.

Rio das Ostras, 29 de outubro de 2025.



Documento assinado digitalmente
YURI MARCOS ANTUNES AGUIAR
Data: 30/10/2025 13:36:48-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Representante Legal
YURI MARCOS ANTUNES AGUIAR
CPF Nº 028.324.011-39

yuri@icrp.digital

@agenciamuganga

agenciamuganga.com.br

Rua Frei Matias Tevis, 280, Sala 0319, Albert Einstein, 95, Ilha do Leite Recife, PE,
CPF 50 070-465



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
Departamento de Protocolo e Arquivo Geral - DEPAG

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO

Processo nº: **45130/2025**

Folhas de nº: 05

Mat.: **2082-6**

Rubrica OS

A (o) **CPLP I - Comissão Permanente de Licitação e Pregão I**

FL. 02 à 05.

Para os devidos fins.

Rio das Ostras, 30 de outubro de 2025.

Ariquermes Otilio de Magalhães
Agente Administrativo
Matrícula: 2082-6





ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Município de Rio das Ostras

CONTRARRAZÕES

DR PROPAGANDA – PROCESSO RECURSAL 46190/2025

ICRP – PROCESSO RECURSAL 46304/2025





Protocolo de Processo



Processo: **46190/2025**

Data da inclusão: **05/11/2025 13:47:32**

Assunto: **Recurso**

Requerente:

D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA

CGM: **175804**

Destino:

CPLP I - Comissão Permanente de Licitação e Pregão I



INFORMATIVO:

Consulte seu processo pelos telefones (22) 2771-6315 / (22) 2764-8597

ou pelo endereço <https://processos.riodasostras.rj.gov.br>

ou acesse www.riodasostras.rj.gov.br - Serviços - Andamento de Processos

Ilustríssimo Senhor Secretário Municipal da Secretaria de Administração Pública da Prefeitura de Rio das Ostras
Departamento de Licitação e Contratos
Comissão Especial de Contratação

A CPLPI

Autua - se
em 05/10/2025

Contrarrrazões ao Recurso Administrativo nº 45130/2025 – Concorrência Pública nº 90001/2025 (Prefeitura de Rio das Ostras)

I. Síntese do Recurso

ICRP Comunicação Digital Ltda. interpôs recurso administrativo nº 45130/2025 contra o resultado geral da Proposta Técnica da Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025, que julgou classificada em 1º lugar a agência D R Propaganda e Marketing. Em seu recurso, a Recorrente alega, em suma, que a proposta técnica da D R Propaganda e Marketing teria incorretamente trabalhado o conceito “**Um Mar de Oportunidades**”, que não conteria **indicadores mensuráveis** de desempenho, que não teria feito a devida **separação dos planos/campanhas** conforme exigido, e que apresentaria **fundamentação técnica deficiente**. Com base nessas alegações, a Recorrente busca a desclassificação ou reavaliação da proposta da D R Propaganda e Marketing.

A ora Recorrida, D R Propaganda e Marketing, por meio de seu procurador infra-assinado, vem respeitosamente apresentar suas contrarrrazões, demonstrando que tais alegações não procedem. Conforme será exposto, a proposta da D R atendeu **integralmente** às exigências do edital e da Lei nº 12.232/2010, mostrando-se **aderente, sólida, criativa, integrada e alinhada ao interesse público**. As citações diretas ao edital (especialmente Anexos V e VII), à legislação aplicável e à jurisprudência pertinente (incluindo os acórdãos TCU nº 1783/2016 e 2811/2018 invocados pela Recorrente) embasam a presente defesa, refutando ponto a ponto as alegações do recurso.

II. Do Atendimento aos Requisitos do Edital e da Lei nº 12.232/2010

Inicialmente, impende destacar que a licitação em questão seguiu o rito especial da publicidade instituído pela Lei nº 12.232/2010, que exige a elaboração de um **Briefing** detalhado por parte do órgão público e a apresentação, pelos licitantes, de um **Plano de Comunicação Publicitária** em resposta a esse briefing[1][2]. No caso vertente, o edital estabeleceu com clareza a **forma de apresentação e conteúdo da proposta técnica** (Anexo V) e forneceu um **Briefing minucioso** (Anexo VII) descrevendo o contexto, os objetivos estratégicos de comunicação e o problema a ser resolvido pelas campanhas. A DR Propaganda observou rigorosamente essas diretrizes: **todos os elementos de sua proposta técnica foram elaborados a partir das informações do Briefing**[3], conforme determina o edital e o art. 6º, III, da Lei 12.232/2010.

Cabe lembrar que o objeto da licitação – prestação de serviços de comunicação pública – envolve atividades de planejamento, criação e execução de campanhas que atendam ao interesse do Município. O Termo de Referência (Anexo I) reforça que as ações de pesquisa e avaliação contratadas têm a finalidade de **possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas**, vedando atividades estranhas ao objeto[4]. Isso demonstra a preocupação normativa em **medir a eficácia** da comunicação **durante a execução contratual**, não implicando, porém, que a proposta técnica deva já conter métricas numéricas fechadas. O essencial é que a agência apresente **objetivos de comunicação claros e estratégias exequíveis** para atingi-los, o que a DR realizou em estrita conformidade com o briefing e os critérios de julgamento técnico.

Adiante, passamos à análise pontual de cada alegação do recurso, demonstrando sua improcedência.

1. Do conceito “Um Mar de Oportunidades” e sua adequação ao Briefing

A Recorrente questiona o conceito criativo “Um Mar de Oportunidades” apresentado pela DR Propaganda, sugerindo que seria inadequado ou descabido. Todavia, tal alegação desconsidera completamente o teor do Briefing oficial e os critérios técnicos do edital. Conforme o Anexo VII, o próprio Município de Rio das Ostras delineou como desafio central **“transformar-se em um polo de oportunidades econômicas e turísticas, sem perder sua identidade cultural e qualidade de vida”**[5]. Ou seja, a ideia de “oportunidades” está intrinsecamente ligada à missão institucional e ao posicionamento almejado pela Prefeitura. Nesse contexto, o conceito “Um Mar de Oportunidades” – além de fazer uma alusão inteligente à natureza litorânea do Município – **captura de forma criativa e sintética a essência do objetivo estratégico municipal** de se afirmar como terra fértil para negócios e turismo. Trata-se de um conceito plenamente **pertinente à natureza de Rio das Ostras e ao desafio de comunicação a ser enfrentado**[6].

Importa frisar que, segundo o edital, um dos aspectos avaliados na **Estratégia de Comunicação Publicitária** é justamente **“a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do Município [...] e ao desafio de comunicação”**, bem como **“a consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos”**[7]. A proposta da DR atendeu a esses quesitos de forma exemplar: apresentou e **defendeu logicamente o conceito temático** adotado, demonstrando sua conexão direta com os atributos e ambições do Município. O conceito mostrou-se **original e fértil em desdobramentos positivos** para diversas frentes de comunicação[8], possibilitando a criação de mensagens tanto para atrair turistas quanto para captar investidores sob uma mensagem unificadora. Essa capacidade de gerar **“multiplicidade de interpretações favoráveis”** e de **integrar os eixos temáticos** é, inclusive, um atributo valorizado nos critérios do item *Ideia Criativa* (Anexo VI)[9].

Ademais, não há qualquer disposição no edital que proíba o uso de um **conceito unificador** para abordar os dois eixos centrais (turismo e desenvolvimento econômico) definidos no Briefing. Pelo contrário, o edital solicitou **duas campanhas baseadas nesses eixos**[10][11], mas não impôs que fossem totalmente desvinculadas entre si ou que não pudessem compartilhar uma linha conceitual comum. A opção estratégica da DR Propaganda de trabalhar um conceito integrador visou **assegurar coerência e sinergia** entre as campanhas, reforçando a identidade comunicacional do Município – o que, em última análise, serve ao interesse público ao tornar a mensagem governamental mais clara e consistente. Essa escolha encontra **amparo técnico e criativo** nos parâmetros do julgamento: lembre-se que se avalia também **“a riqueza de desdobramentos do conceito”** e **“os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças”**[8][12]. Logo, um conceito capaz de abranger múltiplos aspectos da comunicação municipal, como “Um Mar de Oportunidades”, constitui um **ponto forte** – não uma falha – da proposta da DR.

Por fim, ressalte-se que **“Um Mar de Oportunidades”** está plenamente alinhado ao **interesse público** e aos princípios da publicidade institucional. Trata-se de um mote impessoal e universal, que promove o Município de Rio das Ostras destacando suas qualidades e oportunidades de forma **educativa e informativa**, em consonância com o art. 37, §1º, da Constituição Federal (publicidade de atos governamentais de caráter educativo, informativo ou de orientação social, **vedada promoção pessoal**)[13]. Não há qualquer conotação imprópria no conceito; ao revés, ele reforça atributos coletivos (mar, oportunidades, crescimento) que beneficiam toda a

sociedade local. Portanto, a crítica da Recorrente ao conceito criativo não encontra respaldo nas normas do edital nem nos princípios reitores da comunicação pública.

2. Dos objetivos e indicadores de resultados na proposta (alegada ausência de “indicadores mensuráveis”)

A Recorrente sustenta que a proposta técnica da DR careceria de “**indicadores mensuráveis**” para avaliação de resultados, insinuando que isso contrariaria exigências do edital ou boas práticas apontadas pelo Tribunal de Contas da União (TCU). Tal argumento não se sustenta diante do que efetivamente foi exigido no certame.

O edital, em seu Anexo V, item 1.2 (**Estratégia de Comunicação Publicitária**), determina que a licitante “**indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo Município de Rio das Ostras, definindo os objetivos de comunicação e como as campanhas [...] pretendem resolvê-los**”[14]. Ou seja, cabia às proponentes explicitar os **objetivos de comunicação** e os **resultados esperados** de suas campanhas de forma qualitativa, alinhadas às metas descritas no Briefing. A DR cumpriu exatamente essa tarefa: sua Estratégia de Comunicação estabeleceu objetivos coerentes com os **Objetivos Estratégicos de Comunicação** elencados no Briefing – a saber: (1) fomentar o turismo local, destacando as belezas naturais, cultura e eventos, e (2) posicionar o município como polo de desenvolvimento econômico, atraindo investimentos e novos empreendimentos[15]. Cada um desses eixos estratégicos foi contemplado na proposta, com soluções criativas específicas visando **divulgar o turismo, criar uma identidade forte para o destino de lazer e negócios e demonstrar as vantagens competitivas de investir em Rio das Ostras**[11]. Tais objetivos são, por natureza, **mensuráveis** em sua execução: por exemplo, o incremento no fluxo de visitantes, o volume de consultas de investidores, o engajamento do público nas campanhas, etc., poderão ser aferidos por pesquisas e métricas apropriadas no curso do contrato.

Importa destacar que **nenhum dispositivo do edital exigiu que a proposta técnica trouxesse números ou indicadores quantitativos fechados** (KPIs) já definidos *ex ante*. A avaliação técnica visou muito mais a **consistência e pertinência estratégica** das ideias do que a quantificação de metas. Mesmo a jurisprudência citada pela Recorrente não estabelece que a ausência de métricas numéricas específicas na proposta seja causa de desclassificação. Os acórdãos do TCU referidos (como o Acórdão TCU nº 1783/2016 e nº 2811/2018) enfatizam, em linhas gerais, a importância de aprimorar o **planejamento e monitoramento** das campanhas publicitárias, com **indicadores de resultado e análise de planos de mídia**, para garantir maior eficiência no gasto público. Tanto é assim que, mais recentemente, o TCU determinou à Secretaria de Comunicação da Presidência da República a “**incorporação de métricas para mensuração de resultados**” no planejamento de suas campanhas e a inclusão de parâmetros objetivos de orçamento[16]. Essas orientações, contudo, se referem ao **aperfeiçoamento da gestão contratual e do acompanhamento de resultados** pelo órgão público – e não criam uma obrigação formal de que a proposta apresentada na licitação contenha um rol de indicadores numéricos pré-definidos.

No caso concreto, a proposta da DR Propaganda **não se furtou a tratar de resultados**: ao definir metas de comunicação claras (p.ex., **reforçar a imagem de Rio das Ostras como destino de referência na Região dos Lagos; destacar seu potencial para novos negócios; sensibilizar a população local quanto à valorização do turismo e do crescimento sustentável; fortalecer a imagem da Prefeitura como facilitadora do desenvolvimento**[17]), a estratégia apresentada estabeleceu o *quê* se pretende alcançar com a campanha. O **como medir** esses alcances é matéria da fase de execução e acompanhamento – inclusive com o emprego de pesquisas pós-campanha, conforme previsto no objeto contratual (Lei 12.232/2010,

art. 2º, §1º, inciso I, e TR, item 2.3)[4]. Portanto, não procede a alegação de “ausência de indicadores”: os **objetivos e resultados esperados** foram delineados sim, de forma qualitativa e orientada pelo interesse público, atendendo ao edital. O que não se fez – por não ser exigido – foi atribuir índices numéricos arbitrários, o que poderia inclusive soar especulativo na fase licitatória.

Convém reforçar que a banca julgadora (Subcomissão Técnica) avaliou criteriosamente todos os quesitos técnicos, inclusive o **subquesto 1.1.3 (objetivos gerais e específicos de comunicação a serem alcançados face ao desafio)**[18], e entendeu que a proposta da DR cumpriu com louvor esse requisito. A Recorrente, em essência, discorda do juízo técnico da Subcomissão, o que não configura vício do procedimento. Não cabe ao julgador do recurso substituir a pontuação atribuída pelos especialistas, salvo evidente descumprimento do edital – o que não ocorreu. Em suma, a estratégia da DR Propaganda apresentou sim **metas de comunicação alinhadas ao briefing** e um plano **passível de aferição de resultados** durante a execução, em conformidade tanto com o edital quanto com o propósito insculpido nas recomendações do TCU de se buscar cada vez mais eficiência e transparência nas campanhas governamentais.

3. Da apresentação das campanhas e da integração dos planos (alegada falta de “separação” dos planos)

A Recorrente menciona uma suposta falha consistente na não “**separação de planos**” na proposta da DR, o que interpretamos referir-se à exigência de apresentar duas campanhas distintas (uma para cada eixo do briefing). Cumpre esclarecer, de início, que a **DR de fato apresentou duas campanhas temáticas**, atendendo aos dois eixos centrais indicados no Anexo VII do edital. Conforme o Briefing, os objetivos de comunicação estavam **bipartidos** entre: (i) promoção do turismo local e (ii) posicionamento do município como polo de desenvolvimento/investimentos[15]. A solução da DR endereçou **ambos os aspectos**, desenvolvendo conceitos visuais e peças focadas em turismo (voltadas a “viver e visitar” Rio das Ostras) e peças focadas em atração de negócios (voltadas a “investir” em Rio das Ostras), todas sob a guarda-chuva conceitual “Um Mar de Oportunidades”. Em nenhum momento o edital proibiu essa estratégia integradora; ao contrário, incentivou que as campanhas propostas **resolvessem de forma criativa e eficaz** o conjunto de desafios apresentados[11].

Importante notar que a avaliação técnica prevista (Anexo VI) não continha qualquer critério para penalizar abordagens integradas. Pelo contrário, considerou como critérios positivos a **capacidade de articular conhecimentos sobre o desafio, públicos, objetivos e verba disponíveis de forma coesa**[19], bem como a **adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação proposta para solucionar o desafio como um todo**[20]. A proposta da DR brilhou nesse sentido, pois *articulou* os diversos elementos do problema comunicacional em um **plano unificado**, garantindo que as mensagens de promoção turística e de prospecção de investimentos **falassem com uma identidade compatível**. Essa abordagem integrada apresenta vantagens claras: evita contradições entre campanhas, otimiza recursos (visto que uma mesma peça ou conceito pode servir a múltiplos objetivos, dentro dos limites da criatividade) e constrói uma **marca cidade** mais sólida e reconhecível pelo público. Tais benefícios atendem ao interesse público de obter uma comunicação eficiente e de qualidade.

No tocante à formatação da proposta, observa-se que a DR obedeceu rigorosamente as instruções do Anexo V. Foram entregues as vias não identificada e identificada do Plano de Comunicação Publicitária, respeitando-se a estrutura solicitada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia)[3][21]. A observação feita pela Recorrente quanto à “separação de planos” não encontra eco em nenhuma cláusula do edital – que não exige um “plano A” e “plano B” desconectados, mas sim **duas campanhas dentro de**

um único Plano de Comunicação Publicitária. A via não identificada apresentada pela DR continha, conforme autorizado, todo o conjunto das ideias criativas (até 10 peças-exemplo) englobando as duas frentes temáticas[22], demonstrando na prática os **desdobramentos comunicativos** do conceito para cada público-alvo[23]. Já a via identificada reproduziu o conteúdo com a identificação da proponente e sem as peças físicas, nos termos do edital[24]. Logo, não se pode falar em descumprimento formal ou material nesse aspecto: as **duas campanhas** foram apresentadas, apenas tendo sido **harmonizadas** sob uma estratégia comum – o que, longe de ser um defeito, configura mérito técnico.

Convém ainda ponderar que a jurisprudência do TCU valoriza a **aderência estrita ao edital** e a **isonomia entre licitantes**, mas confere margem à Administração para julgar o mérito técnico das propostas. No Acórdão TCU nº 1783/2016, por exemplo, discutiu-se a necessidade de as avaliações das propostas ocorrerem individualmente e com critérios transparentes, assegurando igualdade de julgamento (no caso, reprovando a avaliação globalizada feita em certa licitação)[25]. Aqui, na Concorrência nº 90001/2025, não houve mácula desse tipo: cada quesito da proposta da DR foi avaliado nos moldes do edital, que por sinal atribui peso significativo à **criatividade aliada à estratégia**. Da mesma forma, não há notícia de que a Recorrente tenha sido impedida de adotar estratégia semelhante – caso entendesse que um conceito integrador seria também benéfico, poderia tê-lo proposto. Em suma, não há qualquer violação ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório; o que há é uma divergência de visão estratégica entre a Recorrente e a Comissão Julgadora. Esta, no exercício regular de sua competência técnica, considerou a opção da DR Propaganda não só válida, mas **superior nos termos dos critérios de pontuação do certame**. Não cabe ao recurso reverter tal juízo, sobretudo sem demonstrar infração objetiva às regras do edital.

4. Da fundamentação técnica da proposta (Raciocínio Básico e análise situacional)

A Recorrente também aponta uma suposta falta de “fundamentação técnica” na proposta classificada em 1º lugar, sugerindo que o **Raciocínio Básico** apresentado pela DR Propaganda seria insuficiente ou desprovido de embasamento. Tal alegação não procede, mormente diante do teor do próprio Raciocínio Básico exigido e das informações contidas no Briefing.

O edital definiu que o **Raciocínio Básico** – limitado a 5 páginas – deveria trazer “*um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados*”, incluindo “*a avaliação do papel da comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pelo Município de Rio das Ostras, considerando [...] suas atividades, sua relação com seus diversos públicos e sua dimensão social, política e econômica*”[26]. Ou seja, esperava-se uma análise concisa porém acurada do contexto e dos problemas de comunicação do Município.

A DR Propaganda atendeu a esse requisito de forma extremamente **aderente ao Briefing**. Basta cotejar as informações do Anexo VII com os enfoques trabalhados: o Briefing apresentou dados relevantes sobre a cidade – história, população, economia, vocação turística, infraestrutura, desafios como a diversificação econômica pós-petróleo, objetivos de reposicionamento, etc.[27][28]. A DR, em seu Raciocínio Básico, refletiu precisamente esse panorama, demonstrando entender as **necessidades de comunicar o reequilíbrio entre turismo e negócios**, de **valorizar a identidade cultural** ao mesmo tempo que se projeta modernidade, e de **engajar a população** no desenvolvimento local. A proposta situou o **Município de Rio das Ostras como um local de grande potencial para se viver, visitar e investir**, evidenciando os pontos fortes destacados no Briefing (natureza, localização estratégica, ZEN – Zona Especial de Negócios, infraestrutura, eventos culturais, etc.)[29][30]. Essa análise situacional serviu de

alicece para todas as decisões criativas e de mídia apresentadas em seguida, o que denota **coerência técnica**.

Vale lembrar que nos critérios de julgamento do subquesto **1.1 (Raciocínio Básico)** seriam avaliadas, entre outras, “**a acuidade de compreensão sobre as ações de comunicação objeto da licitação, o desafio de comunicação a ser enfrentado e os objetivos, gerais e específicos, a serem alcançados**”[31]. A DR demonstrou tal compreensão com excelência – prova disso é que obteve a melhor pontuação técnica global. Se houvesse realmente “falta de fundamentação” em seu diagnóstico, a Comissão técnica certamente teria identificado e penalizado essa deficiência na nota. O que ocorreu, ao contrário, foi o reconhecimento de que a DR apresentou um **diagnóstico sólido**, cobrindo os aspectos sociais, econômicos e culturais pertinentes. A alegação genérica da Recorrente parece decorrer de mero inconformismo com o resultado, não de um vício concreto na proposta da DR.

Adicionalmente, é oportuno ressaltar que, segundo jurisprudência, análises puramente subjetivas da qualidade da proposta não são suficientes para desconstituir o julgamento se este observou as regras do edital. O TCU já enfatizou que, salvo ilegalidade patente, deve-se respeitar o mérito das avaliações técnicas, pois as comissões julgam segundo critérios previamente estabelecidos e peso atribuídos a cada quesito[32]. No presente caso, a fundamentação técnica da proposta DR foi julgada **consistente e pertinente**, atendendo ao interesse público de contratar agência capaz de compreender o contexto do Município. A Recorrente não apontou qualquer elemento objetivo que faltasse no Raciocínio Básico da DR – por exemplo, algum dado essencial do Briefing que não tenha sido considerado. Apenas assevera, em abstrato, que faltou fundamentação. Essa alegação vaga não se sustenta diante do conjunto concreto de informações que respaldaram a proposta classificada em 1º lugar.

Por fim, a **Lei nº 12.232/2010** e os **acórdãos do TCU citados** pela Recorrente reforçam, de forma geral, a necessidade de **técnica e planejamento** nas contratações de publicidade, o que inclui tanto a fase de seleção quanto a de execução. No Acórdão 2811/2018, por exemplo, o TCU destacou a importância de decisões da Administração virem acompanhadas de motivação técnica adequada, dentro do espaço de discricionariedade que lhe cabe. No caso em tela, a decisão de classificar a DR em primeiro lugar está amplamente fundamentada em critérios técnicos objetivos (notas por quesito) e encontra respaldo no fato de que sua proposta atendeu melhor ao Briefing do que as demais. Ou seja, sob qualquer prisma – legal, editalício ou jurisprudencial – não há que se falar em falha de fundamentação. Ao contrário, a proposta da DR revelou-se **tecnicamente embasada**, conectando diagnóstico, estratégia e criação de maneira lógica e orientada para resultados.

III. Conclusão

Diante do exposto, resta claro que nenhuma das alegações da Recorrente se sustenta. A proposta da DR Propaganda e Marketing:

- **É aderente ao edital** – todos os elementos exigidos (Briefing, Plano de Comunicação com campanhas simuladas, objetivos, peças, etc.) foram apresentados conforme as regras[3].
- **É sólida tecnicamente** – partiu de diagnóstico bem fundamentado das necessidades de comunicação do Município[26], alinhado às informações oficiais do Briefing, e desenvolveu estratégias coerentes para enfrentar os desafios identificados.
- **É criativa e eficaz** – propôs um conceito temático original (“*Um Mar de Oportunidades*”) **adequado ao perfil de Rio das Ostras e rico em desdobramentos positivos** para a comunicação com diversos públicos[6], o que atende às expectativas de inovação e impacto da publicidade pública.

- **É integrada** – abordou de forma sinérgica os dois eixos centrais (turismo e desenvolvimento econômico) sem prejuízo de contemplar as especificidades de cada um, garantindo unidade na mensagem institucional e otimização de recursos. Tal integração não fere o edital; ao contrário, valoriza a **capacidade de articulação** da agência em prol de uma mensagem coesa[19].
- **Atende ao interesse público** – ao focar no desenvolvimento socioeconômico e na promoção responsável do Município, a campanha proposta alinha-se ao **caráter informativo, educativo e de orientação social exigido para a publicidade governamental**[13]. Não houve qualquer desvio de finalidade ou promoção pessoal, mas sim a busca legítima de resultados benéficos à coletividade (mais turistas, mais investimentos, orgulho local etc.).

Portanto, não se verifica qualquer ilegalidade ou descumprimento que justifique a procedência do recurso. Pelo contrário, os fatos demonstram que a Comissão de Licitação atuou com acerto ao atribuir à DR Propaganda a melhor pontuação técnica e, por consequência, a vitória no certame – decisão esta amparada em critérios objetivos e na legislação pertinente.

Assim, requer-se respeitosamente o indeferimento do recurso interposto pela ICRP Comunicação Digital Ltda., mantendo-se na íntegra o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica que declarou classificada em 1º lugar a DR Propaganda e Marketing Ltda. Tal medida confirma o compromisso desta Prefeitura com a lisura do certame e garante a contratação da proposta mais vantajosa ao interesse público, nos termos do edital e da lei.

Rio das Ostras, 5 de novembro de 2025.



Documento assinado digitalmente
RICARDO DE ALMEIDA PEREIRA
Data: 05/11/2025 12:44:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA
CNPJ: 29.839.297/0001-65
RICARDO DE ALMEIDA PEREIRA
SÓCIO/ADMINISTRADOR

Fontes e Referências:

- Edital de Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025 – Prefeitura de Rio das Ostras: Anexo V (Forma de Apresentação e Conteúdo da Proposta Técnica)[3][26][14]; Anexo VI (Processamento e Julgamento das Propostas Técnicas)[6][9][19]; Anexo VII (Briefing)[5][10][11].
- Lei nº 12.232/2010 (Licitações e Contratos de Serviços de Publicidade) – disposições aplicáveis, em especial art. 6º, inc. II e III (Briefing e Plano de Comunicação Publicitária) e art. 2º, §1º, inc. I (pesquisas para mensuração de resultados)[4].
- Jurisprudência do TCU: Acórdão 1783/2016-Plenário e 2811/2018 (mencionados pela Recorrente) e Acórdão 1888/2024-Plenário (Min. Benjamin Zymler) – destaque para recomendações de melhoria no planejamento de campanhas, com definição de métricas e respeito aos princípios do art. 37, §1º da CF[16][13].
- Ata e documentação do julgamento técnico da Subcomissão – confirmação da regularidade do procedimento e da superioridade técnica da proposta da Recorrida (conforme critérios do edital).

Nos termos acima, confia a Recorrida na manutenção do resultado e na continuidade do certame para a fase subsequente, visando à rápida contratação e início dos trabalhos em benefício da comunicação pública de Rio das Ostras.

[1] Art. 6º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 - Jusbrasil

<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/23540844/artigo-6-da-lei-n-12232-de-29-de-abril-de-2010>

[2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10] [11] [12] [14] [15] [17] [18] [19] [20] [21] [22] [23] [24] [26] [27] [28] [29] [30] [31] riodasostras.rj.gov.br

<https://www.riodasostras.rj.gov.br/wp-content/uploads/2025/10/01-edital-de-licitacao-cp-90001.25-publicidade.pdf>

[13] Campanhas publicitárias da Presidência da República devem melhorar planejamento – Notícias | Portal TCU

<https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/campanhas-publicitarias-da-presidencia-da-republica-devem-melhorar-planejamento>

[16] TCU manda Secom corrigir gastos sem critérios em campanhas de publicidade

<https://correio.rac.com.br/agenciaestado/tcu-manda-secom-corrigir-gastos-sem-criterios-em-campanhas-de-publicidade-1.1577630>

[25] [32] Tribunal detecta irregularidades em licitação de agências de propaganda - CON Treinamentos

<https://contreinamentos.com.br/tribunal-detecta-irregularidades-em-licitacao-de-agencias-de-propaganda/>



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO
Processo Nº 46190 2025
Folha 11
Rubrica [assinatura] Matr: 9555-9

A(o) CPLPI FL. 02 à 11

Para os devidos fins.

Rio das Ostras, 05 de Novembro de 2025

[assinatura]
FRANCISCO SOARES DA CRUZ
AUXILIAR ADMINISTRATIVO
Matrícula: 9 555-9

72084





Protocolo de Processo



Processo: **46304/2025**

Data da inclusão: **06/11/2025 08:35:22**

Assunto: **Recurso**

Requerente:

ICRP COMUNICACAO DIGITAL LTDA

CGM: **175805**

Destino:

CPLP I - Comissão Permanente de Licitação e Pregão I - 627



INFORMATIVO:

Consulte seu processo pelos telefones (22) 2771-6315 / (22) 2764-8597

ou pelo endereço <https://processos.riodasostras.rj.gov.br>

ou acesse www.riodasostras.rj.gov.br - Serviços - Andamento de Processos

A CPLPI

Autua. se
em 06/11/2025Tatiana Ribeiro
Tatiana David Ribeiro
Membro Com. Perito
Licitação e Pregão
01.12.11 Matr. 4660-1**CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO**

Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025

Processo Administrativo nº 38192/2024

Município de Rio das Ostras – RJ

Assessoria de Comunicação Social e Tecnologia da Informação – ASCOMTI

I – DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE

A empresa **ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA.**, inscrita no CNPJ sob o nº 08.445.494/0001-20, por intermédio de seu representante legal, vem, respeitosamente, apresentar **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto pela empresa **D.R PROPAGANDA E MARKETING LTDA.**, em face do julgamento técnico da **Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025**, nos termos dos artigos **165 a 168 da Lei nº 14.133/2021**, e do **artigo 12, inciso IV, da Lei nº 12.232/2010**.

O presente recurso é cabível e tempestivo, uma vez que é apresentado dentro do prazo legal previsto no edital e versa sobre matéria regularmente recorrível, atendendo ao princípio do contraditório e da ampla defesa no âmbito do procedimento licitatório.

II – DOS FATOS

A recorrente D.R Propaganda e Marketing Ltda. apresentou recurso requerendo a **desclassificação da ICRP Comunicação Digital Ltda.**, alegando supostas irregularidades formais e materiais na proposta técnica, dentre elas:

1. Utilização de espaçamento duplo entre parágrafos;
2. Ausência de separação visual entre os itens 1.1 a 1.5 do Anexo V;
3. Apresentação de dois planos de comunicação publicitária, em desacordo com o Esclarecimento nº 01 do certame.

Tais alegações, entretanto, são **infundadas, imprecisas e desprovidas de qualquer respaldo técnico ou jurídico**, razão pela qual devem ser integralmente rejeitadas, conforme demonstrado a seguir.

1. Do suposto “espaçamento duplo entre parágrafos”

A alegação não possui amparo legal nem editalício. O espaçamento entre parágrafos é elemento **meramente estético e de formatação**, incapaz de interferir no mérito da proposta técnica, tampouco de gerar vantagem competitiva.

Além disso, a ICRP **não ultrapassou o limite de páginas estabelecido e seguiu rigorosamente a estrutura exigida pelo Edital**.

O Tribunal de Contas da União (TCU) tem reiteradamente decidido que **irregularidades meramente formais não ensejam desclassificação**, quando não há prejuízo à competitividade ou à análise objetiva das propostas.

Precedente:

O Tribunal de Contas da União (TCU) e o Superior Tribunal de Justiça (STJ) têm entendimento consolidado de que o rigor formal nos procedimentos licitatórios não pode ser exagerado ou absoluto.

"Entende-se por procedimento formal a vinculação do certame licitatório principalmente às leis e aos editais que disciplinam todos suas fases e atos, criando para os participantes e para a Administração a obrigatoriedade de observá-los. O rigor formal, todavia, não pode ser exagerado ou absoluto. O princípio do procedimento formal não quer dizer que se deva anular o procedimento ou julgamento, ou inabilitar licitantes, ou desclassificar propostas diante de simples omissões ou irregularidades na documentação ou na proposta, desde que tais omissões ou irregularidades sejam irrelevantes e não causem prejuízos à Administração ou aos concorrentes."

(TCU – Acórdão nº 2.302/2012 – Plenário)

"A vinculação do instrumento convocatório, no procedimento licitatório, em face da lei de regência, não vai ao extremo de se exigir providências anódinas e que em nada influenciam na demonstração de que o licitante preenche os requisitos (técnicos e financeiros) para participar da concorrência."

(STJ – MS nº 5.647/DF, Rel. Min. Demócrito Reinaldo, DJ 17/02/1999)

2. Da alegada ausência de separação dos itens técnicos (1.1 a 1.5)

A informação é **inverídica**. A proposta da ICRP/Muganga **apresenta todos os itens exigidos** pelo edital, devidamente estruturados, identificáveis e redigidos, bem como comprovado a seguir:

Página 1 do Plano de Comunicação da ICRP Comunicação Digital:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**Raciocínio Básico**

Rio das Ostras se posiciona como um destino estratégico da Costa do Sol, combinando vocação turística com um dinamismo empreendedor que cresceu à sombra da cadeia de óleo e gás da região e do fluxo sazonal de visitantes. O município atingiu uma população estimada de 168.455 pessoas em 2025, após ter crescido 48,09% entre os Censos de 2010 e 2022, o que amplia a base de consumo local e pressiona positivamente a oferta de serviços, cultura e lazer voltados a residentes e turistas. Esse crescimento populacional e a densidade urbana se refletem na necessidade de comunicação pública contínua sobre serviços municipais, mobilidade e ordenamento do uso das praias e espaços de eventos. O turismo em Rio das Ostras demonstra vigor tanto na alta quanto na média temporada, impulsionado por praias acessíveis e por um calendário de eventos que movimenta a economia local; no Réveillon 2023/2024, por exemplo, a ocupação

Página 5 do Plano de Comunicação da ICRP Comunicação Digital:

comunicação, buscando garantir que as mensagens críticas cheguem a todos. Esse arranjo público garante que as mensagens críticas cheguem a todos. Esse arranjo multicanal reduz dúvidas recorrentes, melhora o fluxo em períodos de pico e cria um caminho direto entre informação pública e consumo local, fortalecendo negócios de hospedagem, alimentação e varejo de conveniência.

Estratégia de Comunicação Publicitária

Serão duas campanhas distintas — uma orientada ao turismo e à experiência do visitante, e outra voltada ao ambiente de negócios e empreendedorismo — concebidas e executadas separadamente em objetivos, mensagens, públicos e indicadores, mas costuradas por um fio condutor único que fortalece mutuamente ambas: a mesma narrativa territorial de organização, acolhimento e oportunidade, a mesma identidade guarda visual e verbal, o mesmo calendário integrado de ativações e a mesma inteligência de dados para planejar, otimizar e prestar contas. Essas duas campanhas ocorrerão paralelamente ao longo de quatro meses, entre novembro de 2025 e fevereiro de 2026, período estrategicamente definido para maximizar resultados tanto em turismo quanto em negócios. A escolha desse intervalo é sustentada por dados de comportamento de público e de fluxo econômico do município. De acordo com a Secretaria Municipal de Turismo, o ciclo que abrange final de primavera e verão concentra o maior volume de visitantes em Rio das Ostras, com taxas de ocupação hoteleira que chegam a 94% no Réveillon e 95% no período de férias, segundo balanços oficiais de 2023 e 2024. Trata-se também do período em que eventos culturais e festivais de verão ampliam o tempo

A tentativa da D.R Propaganda de alegar irregularidade neste ponto revela apenas **intenção de tumultuar o julgamento**, sem qualquer prova ou prejuízo concreto. Trata-se de argumento **meramente retórico e desprovido de lastro técnico**, que não altera o conteúdo nem a aderência da proposta da ICRP.

3. Da acusação de “dois planos de comunicação publicitária”

A D.R Propaganda afirma equivocadamente que a ICRP apresentou dois planos distintos. Tal alegação **não procede**.

A proposta da ICRP **segue o modelo de campanha guarda-chuva**, com um plano de **comunicação único e integrado**, articulando **dois eixos complementares (turismo e negócios)**, conforme solicitado no **briefing do edital** e reforçado no **Esclarecimento nº 01**.

A estrutura apresentada pela ICRP é **coerente, integrada e metodologicamente superior**, conforme o próprio edital exige, contemplando públicos distintos dentro de uma **única arquitetura estratégica** — o que é absolutamente compatível com os princípios da comunicação pública.

Além disso, o recurso da D.R **omite que sua própria proposta desrespeitou o briefing**, ao restringir-se a um **conceito meramente mercadológico e voltado exclusivamente ao público de negócios**, sem contemplar o eixo turístico, o que caracteriza descumprimento material do objeto licitado.

Assim, fica claro que o recurso da D.R não busca a verdade dos fatos, mas apenas criar dúvida artificial junto à subcomissão técnica.

4. Dos erros e inconsistências da proposta da D.R Propaganda e Marketing Ltda.

Importa destacar que, além de não apresentar fundamentos verídicos em seu recurso, a própria proposta técnica da D.R Propaganda e Marketing Ltda. incorre em erros e descumprimentos objetivos do edital, conforme demonstrado no recurso originalmente interposto pela ICRP Comunicação Digital Ltda., especialmente nos seguintes pontos:

- Ausência de diagnóstico aplicado e indicadores de mensuração, contrariando o Anexo V, item 1.1, e em desacordo com o princípio do julgamento objetivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.232/2010;
- Conceito criativo meramente promocional e desvinculado da função pública, ao utilizar o mote "Um Mar de Oportunidades", sem manifesto criativo ou arquitetura simbólica que traduzisse o papel institucional da comunicação pública;
- Ausência de plano técnico e indicação de peças de mídia e não mídia, sem detalhamento de canais, critérios de segmentação ou indicadores de performance, em desacordo com o item 1.5 do edital e o art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

Tais falhas demonstram que a D.R Propaganda não apenas carece de fundamento em seu recurso, mas também descumpriu de forma substancial as exigências técnicas e metodológicas do edital, sendo, portanto, incoerente que busque desclassificar uma concorrente que cumpriu de forma exemplar todos os quesitos exigidos.

Ademais, o Acórdão nº 2966/2019 – Plenário, do TCU, reforça que "a falta de coerência entre os subelementos da proposta técnica caracteriza erro substancial e exige reavaliação da pontuação", entendimento que se aplica diretamente à proposta da recorrente.

III – DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer-se:

1. **O não provimento do recurso interposto pela D.R Propaganda e Marketing Ltda.**, por ser manifestamente improcedente, inconsistente e desprovido de fundamento técnico e jurídico;
2. **O reconhecimento da plena regularidade e superioridade técnica da proposta apresentada pela ICRP Comunicação Digital Ltda. (Muganga)**, que observou fielmente todos os requisitos formais e materiais previstos no edital, demonstrando aderência integral às diretrizes do Termo de Referência;
3. **A reavaliação e majoração da nota técnica atribuída à ICRP Comunicação Digital Ltda.**, considerando que:
 - a empresa cumpriu integralmente os quesitos previstos no Anexo V do edital, apresentando diagnóstico fundamentado, plano de comunicação unificado e metodologia verificável;
 - a proposta mostrou-se técnica e conceitualmente superior às demais concorrentes, em especial à D.R Propaganda e Marketing Ltda., cujas inconsistências já foram reconhecidas no recurso apresentado pela própria ICRP;

- o aumento da pontuação encontra respaldo nos princípios da **legalidade, isonomia, julgamento objetivo e eficiência administrativa**, conforme arts. 5º, 6º e 11 da Lei nº 12.232/2010.

4. A **redução da nota técnica atribuída à D.R Propaganda e Marketing Ltda.**, diante das irregularidades e falhas constatadas em sua proposta, especialmente:

- a ausência de diagnóstico aplicado e de indicadores de mensuração de resultados, em descumprimento ao Anexo V do edital;
- o uso de conceito criativo meramente promocional, sem função pública e sem manifesto criativo;
- a inexistência de plano tático e da lista de peças de mídia e não mídia, comprometendo a mensurabilidade e a viabilidade técnica da execução.

IV – DO ENCERRAMENTO

Diante da total ausência de fundamentos válidos e da tentativa clara da recorrente de desestabilizar o resultado técnico, requer-se que este órgão mantenha o julgamento dos pedidos por parte da ICRP, **reconhecendo a lisura, coerência e superioridade técnica da proposta apresentada pela ICRP Comunicação Digital Ltda.**, em consonância com o interesse público e com os princípios norteadores da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010.

Termos em que,
Pede deferimento.

São Paulo, 05 de novembro de 2025.



Documento assinado digitalmente
YURI MARCOS ANTUNES AGUIAR
Data: 05/11/2025 19:37:55-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

YURI MARCOS ANTUNES AGUIAR
FUNÇÃO: DIRETOR GERAL
CPF Nº 028.324.011-39



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO
Processo Nº 46304 2025
Folha 08
Rubrica @ Matr: 9555-9

A(o) CPHI FL. 02 à 08

Para os devidos fins.

Rio das Ostras, 06 de Novembro de 2025


FRANCISCO SOARES DA CRUZ
AUXILIAR ADMINISTRATIVO
Matrícula: 9 555-9

12/06/25





COMUNICADO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 38192/2024

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 90001/2025

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO.

LICITANTES: MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA, EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA, D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKÁ 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA.

Prezados Senhores

Considerando a realização do processo licitatório **38192/2024**, **Concorrência Pública 90001/2025**, cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO**, estamos enviando as cópias das razões dos recursos interpostos pelas licitantes abaixo relacionadas para ciência e manifestação, tendo em vista que foram protocoladas tempestivamente conforme os parâmetros da Lei 14.133/2021. No que tange aos prazos recursais, ficam cientificadas todas as licitantes participantes para que no prazo de 03 dias úteis, possam interpor suas contrarrazões no que tange aos conteúdos dos recursos constantes nos anexos, se houverem interesse.

Licitantes:

- **MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA – processo recursal 44483/2025;**
- **D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA – processo recursal 45126/2025;**
- **ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA – processo recursal – 45130/2025.**

Rio das Ostras, 31 de outubro de 2025.

Atenciosamente,

Marcelo Pereira Rangel

Presidente da Comissão Especial de Contratação

p/ Tatiana Ribeiro
Tatiana Ribeiro
Membro Com. Perm.
Licitação e Pregão
Matr. 4880-1



comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>
CONTINUAÇÃO DE PROCESSO
PROCESSO Nº 38192/2024 **FLS: 2434**
RUBRICA: TDRibeiro **MATR: 4880-1**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL 90001/2025

1 mensagem

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

31 de outubro de 2025 às
15:13

Para: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, publika7@publika7.com.br, midiaeurofort@gmail.com, Caio Velloso <c.veloso@savingcomunicacao.com>, renata@savingcomunicacao.com, arturbriote@gmail.com

Prezados, boa tarde!

Considerando a realização do processo licitatório 38192/2024, Concorrência Pública 90001/2025, cujo objeto é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO, estamos enviando a todas as licitantes participantes os recursos interpostos pelas licitantes MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA, D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA e ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA, para ciência e manifestação com relação a notificação e os processos recursais constantes nos anexos.

Atenciosamente,
Marcelo Pereira Rangel
Presidente
Favor acusar o recebimento.

4 anexos

 Notificacao.pdf
148K

 Processo 44483 2025 MKT.pdf
1359K

 Processo 45126 2025 D R PROPAGANDA.pdf
686K

 Processo 45130 2025 ICRP.pdf
971K



comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>
CONTINUAÇÃO DE PROCESSO
PROCESSO Nº 38192/2024 FLS: 2435
RUBRICA: TDRibeiro MATR: 4880-1

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL 90001/2025

5 mensagens

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

31 de outubro de 2025 às 15:13

Para: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, publika7@publika7.com.br, midiaeurofort@gmail.com, Caio Velloso <c.velloso@savingcomunicacao.com>, renata@savingcomunicacao.com, arturbriote@gmail.com

Prezados, boa tarde!

Considerando a realização do processo licitatório 38192/2024, Concorrência Pública 90001/2025, cujo objeto é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO, estamos enviando a todas as licitantes participantes os recursos interpostos pelas licitantes MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA, D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA e ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA, para ciência e manifestação com relação a notificação e os processos recursais constantes nos anexos.

Atenciosamente,
Marcelo Pereira Rangel
Presidente
Favor acusar o recebimento.

4 anexos

- Notificacao.pdf
148K
- Processo 44483 2025 MKT.pdf
1359K
- Processo 45126 2025 D R PROPAGANDA.pdf
686K
- Processo 45130 2025 ICRP.pdf
971K

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>
Para: dead.secom@gmail.com

31 de outubro de 2025 às 15:45

Prezados, boa tarde!
Segue e-mail conforme solicitação.
A/C de Luiz Maurício.
Att. Comissão Especial de Contratação.
[Texto das mensagens anteriores oculto]

4 anexos

- Notificacao.pdf
148K
- Processo 44483 2025 MKT.pdf
1359K
- Processo 45126 2025 D R PROPAGANDA.pdf
686K

 **Processo 45130 2025 ICRP.pdf**
971K

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO**PROCESSO Nº 38192/2024** **FLS:** 2436**RUBRICA:** TDRibeiro 6 de novembro de 2025 às 13:41 **MATR:** 4980-1**Caio Velloso** <c.veloso@savingcomunicacao.com>

Para: comissoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

Prezados, boa tarde!

Recebido. Qual a previsão de deferimento do nosso pedido?

Obrigado.

Att,

Caio Velloso

t+ 21 99891 3113 | 21 3215.7888

S A V I N G

[Texto das mensagens anteriores oculto]

comissoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>6 de novembro de 2025 às
15:12

Para: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, publika7@publika7.com.br, midiaeurofort@gmail.com, Caio Velloso <c.veloso@savingcomunicacao.com>, renata@savingcomunicacao.com, arturbriote@gmail.com

Prezados, boa tarde!

Considerando a realização do processo licitatório 38192/2024, Concorrência Pública 90001/2025, cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO**, estamos enviando a todas as licitantes participantes os recursos interpostos pelas licitantes MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA, D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA e ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA, bem como as contrarrazões protocoladas pela licitantes ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA e D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA. Informamos que agora cabe aguardar a deliberação da subcomissão técnica, acerca dos pontos apresentados e demais pareceres técnicos e jurídicos pela autoridade competente, para fundamentar a decisão final dessa etapa licitatória, em conformidade com o edital.

Atenciosamente,

Marcelo Pereira Rangel
Presidente.

----- Forwarded message -----

De: **comissoespecial de contratação** <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

Date: sex., 31 de out. de 2025 às 15:13

Subject: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL 90001/2025

To: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, <publika7@publika7.com.br>, <midiaeurofort@gmail.com>, Caio Velloso <c.veloso@savingcomunicacao.com>, <renata@savingcomunicacao.com>, <arturbriote@gmail.com>

Prezados, boa tarde!

Considerando a realização do processo licitatório 38192/2024, Concorrência Pública 90001/2025, cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO**, estamos enviando a todas as licitantes participantes os recursos interpostos pelas licitantes MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA, D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA e ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA, para ciência.

[Texto das mensagens anteriores oculto]

6 anexos

-  **Notificacao.pdf**
148K
-  **Processo 44483 2025 MKT.pdf**
1359K
-  **Processo 45126 2025 D R PROPAGANDA.pdf**
686K
-  **Processo 45130 2025 ICRP.pdf**
971K
-  **Processo 46190 2025 Contrarrazoes DR PROPAGANDA.pdf**
2002K
-  **Processo 46304 2025 Contrarrazoes ICRP.pdf**
857K

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO

PROCESSO N° 38192/2024 **FLS:** 2437
RUBRICA: TDRibeiro **MATR: 4880-1**

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

6 de novembro de 2025 às
15:28

Para: andreluisareas@gmail.com, michelle.gomes.silva@gmail.com, "silviocampos.locutor@gmail.com"
<silviocampos.locutor@gmail.com>, dead.secom@gmail.com

À Subcomissão Técnica
Prezados, boa tarde!

Considerando a realização do processo licitatório 38192/2024, Concorrência Pública 90001/2025, cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO**, estamos enviando os recursos e contrarrazões das licitantes participantes do certame em epígrafe, para ciência e posteriormente manifestação em reunião presencial. Cabe salientar, que os autos serão encaminhados à Ascomti para visto e parecer técnico acerca da manifestação desta Subcomissão técnica.

Atenciosamente,
Marcelo Pereira Rangel
Presidente.
Favor acusar o recebimento.
[Texto das mensagens anteriores oculto]

6 anexos

-  **Notificacao.pdf**
148K
-  **Processo 44483 2025 MKT.pdf**
1359K
-  **Processo 45126 2025 D R PROPAGANDA.pdf**
686K
-  **Processo 45130 2025 ICRP.pdf**
971K
-  **Processo 46190 2025 Contrarrazoes DR PROPAGANDA.pdf**
2002K
-  **Processo 46304 2025 Contrarrazoes ICRP.pdf**
857K



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

CONTINUAÇÃO DE PROCESSO

PROCESSO Nº 38192/2024

FLS: 2438

RUBRICA: TDRibeiro

MATR: 4880-1

DA: COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO (CEC/ASCOMTI)

À: ASCOMTI

Encaminho os autos a esta Assessoria para ciência e análise no que tange aos procedimentos exarados no presente processo, bem como que posteriormente sejam enviados a Procuradoria Geral do Município (PGM/PLC), para análise e parecer jurídico com relação aos recursos e contrarrazões interpostos pelas licitantes participantes da Concorrência Pública em tela.

Cabe salientar que após análise e parecer jurídico, os autos deverão retornar a esta Comissão Especial de Contratação para prosseguimento.

Rio das Ostras, 06 de novembro de 2025.

Atenciosamente,

Marcelo Pereira Rangel
p/ *Tatiana Ribeiro*
Tatiana Ribeiro
Assessoria Jurídica
Município de Rio das Ostras
Rua Campo de Albacora, 75 - Loteamento Atlântica
Rio das Ostras - RJ - CEP: 28895-664

Marcelo Pereira Rangel
PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO
Matrícula 3887-3



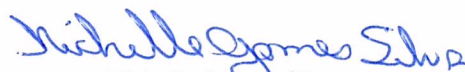
PROCESSO Nº 38.192/2024
PUBRICA 7596 2439

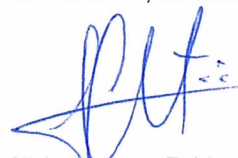
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 90001/2025 - ASCOMTI

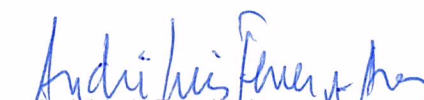
AVALIAÇÃO TÉCNICA

ATA

Ao dia 10 de novembro do ano de 2025 às 09h30min, em sala de reunião da Prefeitura Municipal de Rio das Ostras, reuniu-se a Subcomissão Técnica para a análise e o julgamento dos recursos impetrados pelas empresas concorrentes, referentes às propostas técnicas para a licitação da CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 90001/2025 - ASCOMTI. A Subcomissão Técnica formada para avaliação do material apresentado pelas empresas vem através desse documento expor o posicionamento sobre os recursos apresentados: **NO RECURSO DO ATO LICITATÓRIO IMPETRADO PELA MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA (PROCESSO 44483/2025)** diz que a penalização imposta pela Subcomissão Técnica foi indevida, baseada na alegação de que a segunda campanha apresentada ("Um Lugar para Compartilhar") "não apresentava integração com o plano de comunicação entregue". A Recorrente argumenta que o Edital usa o plural "campanhas" e não restringe a quantidade, sendo as duas campanhas complementares e a penalização viola o princípio do julgamento objetivo. **NO RECURSO DO ATO LICITATÓRIO IMPETRADO PELA D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA (PROCESSO Nº 45126/2025)** diz que as licitantes MKT MÍDIAS DIGITAIS e ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL desrespeitaram a regra editalícia referente à forma de apresentação da Proposta Técnica. Especificamente, a MKT MÍDIAS DIGITAIS apresentou capa e slogan não previstos e não separou os itens obrigatórios do plano de comunicação, e a ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL apresentou dois planos de comunicação publicitária, sendo que o Edital exige apenas um, o que viola o princípio da vinculação ao instrumento convocatório. **NO RECURSO DO ATO LICITATÓRIO IMPETRADO PELA ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA (PROCESSO Nº 45130/2025)** diz que as licitantes D.R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA e EUROFORT COMUNICAÇÃO descumpriram regras formais e materiais da Proposta Técnica, exigindo reclassificação. Argumenta que a D.R. PROPAGANDA apresentou no Raciocínio Básico, a narrativa é tida como promocional, sem identificar o problema público e sem converter o diagnóstico em objetivos mensuráveis ou usar dados concretos. Na Ideia Criativa, o conceito é considerado promocional, distante da função pública institucional, e não apresenta manifesto ou descrição de peças, e a EUROFORT COMUNICAÇÃO apresentou no quesito Raciocínio Básico, a proposta foi considerada descritiva, sem diagnóstico analítico de comunicação pública, sem identificar o problema público e sem definir indicadores de mensuração. No modelo de gestão, há alegação de falta de coerência interna. Na Ideia Criativa, não apresenta conceito-guarda nem manifesto criativo. E na Estratégia de Mídia e Não Mídia, o plano é considerado insuficiente e incompleto, sem detalhamento técnico de meios. **Nós, como profissionais de Comunicação, entendemos que não nos cabe julgar pontos jurídicos, sendo essa responsabilidade da autoridade superior. Assim, nos limitamos a analisar os aspectos técnicos das propostas apresentadas, conforme os critérios definidos no Edital e nas normas pertinentes. A Comissão Especial de Contratação - CEC será responsável por decidir sobre a conformidade legal dos atos e eventuais questões jurídicas relacionadas aos recursos apresentados, tomando as providências necessárias no âmbito de suas atribuições, com o devido respaldo técnico e jurídico dos setores competentes.** Isto posto, em conformidade com o Parecer Técnico emitido por esta Subcomissão, que segue anexo, mantém-se integralmente as notas técnicas atribuídas, ratificando-se a **validade do julgamento de mérito.** Recomenda-se à Comissão Especial de Contratação (CEC) a análise e decisão do Recurso interposto pela empresa D.R. Propaganda (Processo nº 45126/2025), bem como dos aspectos jurídicos e formais relacionados às empresas ICRP e MKT, e, do Recurso da ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL (Processo nº 45130/2025) e dos aspectos jurídicos e formais da DRPM e EUROFORT, considerando ainda as respectivas contrarrazões interpostas pelas licitantes. Ressalta-se que todos os critérios de julgamento foram devidamente observados conforme os parâmetros estabelecidos no edital, sendo assegurados os princípios da isonomia, da impessoalidade e da transparência no processo licitatório. **Por fim, encaminham-se os autos à autoridade superior** para que proceda à análise e deliberação final quanto aos aspectos legais e formais suscitados. Nada mais havendo a tratar, a reunião foi encerrada às 12h30min, sendo lavrada a presente ata, que, após lida e achada conforme, vai assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica.


Michelle Gomes Silva
Mat. 19906-0


Silvio Campos Tobias
CPF: 864.513.167-68


André Luis Ferreira Areas
Mat. 11129-5

PARECER DA
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

**Referente aos Recursos Administrativos e Contrarrazões
da Concorrência Pública Presencial n.º 90001/2025
Processo Administrativo n.º: 38192/2024 (Principal)**

Processos Anexos:

- Recurso da ICRP Comunicação Digital Ltda. (Processo n.º 45130/2025)
- Recurso da D.R. Propaganda e Marketing Ltda. (Impugnação) (Processo n.º 45126/2025)
- Recurso da MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda. (Processo n.º 44483/2025)
- Contrarrazões da D.R. Propaganda (Processo n.º 46190/2025)
- Contrarrazões da ICRP Comunicação Digital Ltda. (Processo n.º 46304/2025)

I. Introdução:

A Subcomissão Técnica, responsável pelo julgamento das Propostas Técnicas na Concorrência Pública Presencial n.º 90001/2025, emite o presente Parecer para responder aos pedidos de reavaliação de notas e desclassificação de licitantes, visando subsidiar a Comissão Especial de Contratação - CEC nas decisões de cunho legal e administrativo.

II. Do Pedido de Reavaliação das Notas Técnicas (ICRP e MKT):

Os recursos apresentados pelas licitantes **ICRP Comunicação Digital Ltda. e MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda.** pleiteiam a majoração de suas notas e a consequente redução da pontuação de suas concorrentes.

a. Fundamentação da Impossibilidade de Reavaliação:

O julgamento das propostas técnicas é um ato de **mérito técnico**, intrinsecamente ligado à **análise subjetiva e especializada** da Subcomissão.

- A pontuação concedida a cada quesito resultou de uma avaliação individualizada dos membros, seguindo os critérios e pesos estabelecidos no Edital.
- Os membros são **unânicos em decidir que não será necessária a reanálise** das notas atribuídas às agências, uma vez que as mesmas foram conferidas seguindo critérios técnicos de mérito, baseados na formação e na análise subjetiva (**juízo de valor**) de cada um dos membros.
- Conforme a legislação e jurisprudência, não cabe ao julgador do recurso substituir o juízo de mérito da Subcomissão Técnica.

III. Do Recurso de Desclassificação da D.R. Propaganda e Marketing Ltda. (Impugnação) – Processo n.º 45126/2025:

A D.R. Propaganda e Marketing Ltda. (DRPM) protocolou recurso visando a desclassificação da ICRP Comunicação Digital Ltda. e MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda.

a. Razões da Impugnação pela D.R. Propaganda (DRPM):

Licitante Recorrida	Falhas Alegadas pela D.R. Propaganda (Recorrente)	Fundamento Invocado
ICRP Comunicação Digital Ltda.	1. Descumprimento Material (Principal): Apresentação de dois Planos de Comunicação Publicitária, contrariando o Esclarecimento nº 01 do Edital que exige a adoção de apenas 01 (um) plano. 2. Falhas Formais: Uso de espaçamento duplo entre parágrafos e falta de separação dos itens 1.1 a 1.5.	Princípio da Vinculação ao Edital.
MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda.	1. Falhas Formais: Inserção de capa (pág. 1) e slogan (pág. 2) não previstos no Edital. 2. Descumprimento Formal: Uso de espaçamento duplo entre parágrafos e não apresentação dos itens 1.1 a 1.5 de forma separada.	Princípio da Vinculação ao Edital.

b. Posição da Subcomissão sobre as Falhas Formais (ICRP e MKT):

A Subcomissão Técnica observou sim as desconformidades apontadas pela DRPM em relação às propostas das licitantes MKT e ICRP. Contudo, tais falhas não pesaram na pontuação das propostas.

Fundamentação Jurídica (Competência e Formalismo Moderado): A Subcomissão Técnica é um órgão de especialistas e não cabe a ela a análise de aspectos jurídicos e formais, como a conformidade documental ou o rigoroso cumprimento das regras de formatação. A Subcomissão não tem competência jurídica para avaliar se essas questões (ex: espaçamento, capa) são passíveis de desclassificação legal. O Edital prevê que a Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão Técnica poderão relevar aspectos puramente formais, desde que não comprometam a lisura do certame.

IV. Recomendação de Análise Jurídica à autoridade superior:

A questão mais grave suscitada pela DRPM é o suposto descumprimento do Esclarecimento nº 01 pela ICRP (apresentação de dois planos de comunicação em vez de um único plano), o que é uma matéria de cunho legal que pode afetar a isonomia.

A Subcomissão Técnica, por não ter competência jurídica para avaliar essas questões, recomenda à autoridade superior que faça a análise destes pontos à luz do Edital e da legislação pertinente:

1. **Analise o aspecto jurídico e legal** das falhas formais (capa, slogan, espaçamento) e da falha material (dois planos) apresentadas pela DRPM contra as licitantes ICRP e MKT.
2. **Decida se tais desconformidades configuram infração passível de desclassificação** ou se são falhas meramente formais e releváveis, em estrita observância ao **Princípio da Vinculação ao Edital** (Lei n.º 14.133/2021).

V. Conclusão e Encaminhamento:

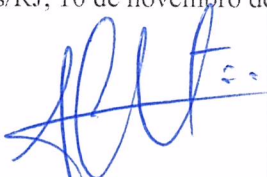
Pelo exposto, a Subcomissão Técnica:

1. **Mantém integralmente as notas técnicas** atribuídas, ratificando a validade do julgamento de mérito.
2. **Recomenda a análise pela autoridade superior** do Recurso da D.R. Propaganda (Processo nº 45126/2025) e dos aspectos jurídicos/formais da ICRP e MKT, especialmente a questão do número de Planos de Comunicação apresentado pela ICRP; e, do Recurso da ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL (Processo nº 45130/2025) e dos aspectos jurídicos/formais da DRPM e EUROFORT, considerando ainda as respectivas contrarrazões interpostas pelas licitantes.
3. **Após, à CEC** para a análise e deliberação final sobre os aspectos legais e formais suscitados.

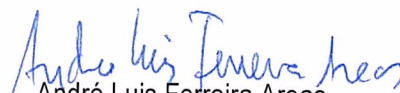
Rio das Ostras/RJ, 10 de novembro de 2025.



Michelle Gomes Silva
Mat. 19906-0



Silvio Campos Tobias
CPF: 864.513.167-68



André Luis Ferreira Areas
Mat. 11129-5



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

PROCESSO Nº 38.192/2024
RUBRICA 3596 FL 2443

Processo Administrativo n.º 38.192/2024

Rio das Ostras/RJ, 10 de novembro de 2025.

À

PGM – Procuradoria Geral do Município

Trata os autos de Processo Administrativo instaurado visando à contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de **agência de propaganda**. Cabe salientar que o processo licitatório se encontra em andamento, nos procedimentos referentes à Segunda Sessão, item 23.3.1 do Edital de Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025.

Na fl. 2437, a **Comissão Especial de Contratação – CEC** faz a juntada dos recursos e contrarrazões das licitantes participantes do certame e emite ciência à Subcomissão Técnica para manifestação acerca dos argumentos apresentados.

Considerando Ata e Parecer Técnico, emitidos pela Subcomissão Técnica, juntados aos autos às fls. 2439 e 2440.

Em conformidade com o Edital e despacho CEC de fl. 2438, seguem aos autos à PGM **para análise e parecer jurídico conclusivo**, com relação aos recursos, contrarrazões e fatos expostos pela Subcomissão Técnica, visando subsidiar decisão da Comissão Especial de Contratação – CEC, consoante item nº 20 do referido instrumento convocatório.

Desde já, agradecemos sua atenção e colocamo-nos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais que se façam necessários.

Renovo os votos de estima e consideração.

ANDRÉ LUIZ DO AMARAL CABRAL

Assessor de Comunicação Social e Tecnologia da Informação
Mat.: 21066-8

RECEBIDO EM
10/11/2025
JHO 113581
SPCM/2025

P2C
Recebido em
10/11/25 às 15:26
21754-9

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
Rua Resende, nº 113 - Jardim Mariléa
Rio das Ostras - RJ - CEP: 28895-883 - www.riodasostrs.rj.gov.br





ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

REF.: PARECER: 139/2025 – LCAB

PROC. ADMINISTRATIVO Nº 38.192/2024 – ASCOMTI

EMENTA: PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. CONCORRÊNCIA PÚBLICA 90001/2025. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS. RECURSOS E CONTRARRAZÕES. NECESSIDADE DE RETORNO À CEC. ANÁLISE E POSTERIOR DECISÃO FINAL DA AUTORIDADE SUPERIOR.

Sr. Procurador-Geral,

I – Do Relatório

São os autos encaminhados a esta especializada para análise e parecer acerca dos Recursos interpostos pelas **licitantes MKT MÍDIA DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA, ICRP COMUNICACAO DIGITAL LTDA E DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, e Contrarrazões apresentadas pelas **licitantes ICRP COMUNICACAO DIGITAL LTDA E DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, em face do certame realizado através do Pregão Eletrônico nº 90001/2025.

O objeto do certame é a Contratação de agência prestadora de serviços técnicos publicitários, com objetivo de promover e divulgar os programas, projetos e campanhas da Administração.

Cabe esclarecer que, segundo informação do Sr. Presidente, os recursos foram protocolados tempestivamente.



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

No mais, observar-se que as contrarrazões interpostas pelas empresas **ICRP COMUNICACAO DIGITAL LTDA E DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA** também são tempestivas, vez que protocoladas dentro prazo de 3 dias úteis disposto na Lei 14.133/2021.

Em apertada síntese, de plano, insta destacar que a maior parte do conteúdo e pedidos dos recursos e das contrarrazões diz respeito a aspectos estritamente técnicos, os quais esta assessoria não possui competência para se imiscuir no mérito.

Entretanto, considerando que o Parecer da Subcomissão Técnica suscitou eventuais dúvidas jurídicas, esta Assessoria buscará dirimi-las.

Assim, o Parecer da Subcomissão Técnica aventou a necessidade de análise dos seguintes aspectos jurídicos:

- 1-Necessidade de Análise, sob o ponto de vista jurídico e legal das falhas formais (capas, slogan, espaçamento) e da falha material (dois planos) apresentadas pela DRPM contra as licitantes ICRP e MKT;
- 2- Se tais irregularidades configuram infrações passíveis de desclassificação ou se são falhas meramente formais e releváveis, em observância ao princípio da vinculação ao edital.

Assim, passa-se a análise.

II – Da Fundamentação Jurídica

No que diz respeito as questões formais dos planos apresentados, como espaçamento, capa e slogan divergentes dos indicados no edital e seus anexos, s.m.j., tais irregularidades não ensejam na desclassificação das empresas, desde que tais imprecisões não tenham tornado identificáveis as propostas apresentadas.

Nesse sentido, destaca-se que o art. 6º, incisos XII e XIII, da Lei Nº 12.232/2010, veda a identificação das propostas, *in verbis*:



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

No mesmo sentido, o inciso XIV prevê que a penalidade prevista para tais casos é desclassificação das agências, *ipsis litteris*:

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

Desse modo, **caso seja verificado na análise técnica da Subcomissão que tais irregularidades formais permitiram a identificação das propostas, as agências que incursionaram em tais irregularidades deverão ser desclassificadas.**

De modo diverso, caso tais irregularidades não tenham sido suficientes para identificar as concorrentes, tais equívocos não deverão impactar na desclassificação das agências, importando apenas na diminuição das notas técnicas atribuídas as agências, como forme já realizado pela Subcomissão, em atenção ao princípio do formalismo moderado, o qual visa proteger, entre outros os objetivos previstos nos incisos I e II, do art. 11 da Lei 14.133/2021, in verbis:

“Art. 11. O processo licitatório tem por objetivos:

I - assegurar a seleção da proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração Pública, inclusive no que se refere ao ciclo de vida do objeto;



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

II - assegurar tratamento isonômico entre os licitantes, bem como a justa competição; (...)".

Assim, observa-se que um procedimento licitatório tem por objetivo não apenas cumprir formalidades, mas sim contratar a melhor solução para a Administração Pública, de modo que se um vício formal não impede a consecução desse objetivo, a sua correção deve ser priorizada.

Seguindo, no que diz respeito a questão material suscitada no recurso apresentado pela DRPM contra as licitantes ICRP e MKT, no que tange a suposta apresentação de dois Planos de comunicação pelas as agências, insta ressaltar que o art. 6º, III, da 12.232/2010, é explícito ao dispor que será elaborado **um plano de comunicação**, *ipsis litteris*:

Art. 6º - III. **a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária**, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;".

Assim, s.m.j., a elaboração de mais de um Plano de Comunicação enseja em falta grave passível de desclassificação da agência proponente.

Nesse toar, ressalta-se que o edital, sempre que cita o Plano de Comunicação, o faz no singular, razão pela qual deve ser interpretado de forma restritiva em atendimento ao princípio da vinculação ao edital, bem como o da isonomia entre os licitantes.

Destaca-se, ainda, que, diferente do que alega a agência **MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA**, o subitem 1.4 (ideia criativa) é um subitem do item 1- PLANO DE COMUNICAÇÃO -único-. Assim, as campanhas apresentadas e documentações referentes a ela deveriam estar dentro de **um mesmo Plano de Comunicação**.

De igual modo, destaca-se que a apresentação de mais de um plano, além de ser uma irregularidade grave, que extrapola o mero formalismo, s.m.j., tornando a proposta passível de ser facilmente identificada.



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

Assim, quanto a apresentação de mais de um plano de comunicação pela **MKT**, deve ser acolhido o recurso interposto pela **D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA** e desprovido o recurso interposto pela **MKT**, para, além de penalidade já aplicada à agência em razão da irregularidade. **seja também desclassificada**

Nesse sentido, os subitens 23.2.3.3 e 23.2.7.42 do Edital, *in verbis*:

23.2.3.3 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.7.4 **Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.**

Já no que diz respeito à suposta apresentação de dois planos de comunicação por parte **ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA**, em sede de contrarrazões (P.A. 46.304/2025) a agência informa que apresentou apenas um Plano de Comunicação, conforme solicitado no briefing do edital e reforçado no esclarecimento nº01, seguindo o modelo de campanha guarda-chuva.

Desse modo, considerando que a discussão sobre tal questão é altamente técnica, não cabe a esta assessoria jurídica estabelecer juízo de valor sobre tal ponto, o qual deverá ser devidamente analisado pela Subcomissão Técnica.

Assim, caso a Subcomissão acolha as contrarrazões apresentadas pela ICRP, entendendo que houve apenas um Plano de Comunicação, não há que se falar em desclassificação por apresentação de dois planos. Caso contrário, deverá ser aplicado o mesmo entendimento esposado para a agência **MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA**. Desclassificando-a.



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

III – DA CONCLUSÃO

Pelo exposto, nos limites da análise jurídica que foi suscitada, **OPINO, quanto as irregularidades formais**, que, caso tais imprecisões não tenham possibilitado a identificação das propostas, que não ensejem na desclassificação das agências, importando apenas na diminuição das notas técnicas atribuídas as agências, como forme já realizado pela Subcomissão. Caso contrário, tenham implicado na identificação das propostas, pela desclassificação das agências que incorreram em tais penalidades.

Já no que diz respeito as irregularidades materiais, no que tange a suposta apresentação de dois Planos de Comunicação, **OPINO** pela **desclassificação** da agência **MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA**, vez que admitiu ter elaborado dois Planos de Comunicação, em divergência do que dispõe à Lei nº 12.232/2010, ao edital e à Lei 14.133/2021. Já no que diz respeito à empresa **ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA**, deverá ser analisado de forma técnica se ela realizou um ou dois planos, caso entenda-se que apenas um plano foi apresentado, em consonância com as contrarrazões da agência, não há que se falar em desclassificação quanto a este ponto. Caso contrário, seja abarcada a tese apresentada no Recurso da **D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, pela **desclassificação da ICRP**.

Na oportunidade, cumpre elucidar que esse parecer é meramente opinativo, nos termos do Acórdão nº 3074/2022, TCU – Segunda Câmara,

Salvo melhor juízo, estas são as considerações que tenho a aduzir acerca dos recursos trazidos ao crivo desta Procuradora e que submeto a vossa apreciação.

Rio das Ostras, 12 de novembro de 2025.

LIVIA CHELLES DE
AGUIAR BONIFACIO

Assinado de forma digital por LIVIA
CHELLES DE AGUIAR BONIFACIO
Dados: 2025.11.12 10:30:18 -03'00'

LÍVIA CHELLES DE AGUIAR BONIFÁCIO

Procuradora-Chefe da PLC

Matr.: 6027-5

PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO
Rua Campo de Albacora, 75 - Loteamento Atlântica
Rio das Ostras - RJ - CEP: 28895-664 - www.riodasostrs.rj.gov.br



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA-GERAL DO MUNICÍPIO

À ASCOMTI,

Processo Administrativo n.º 38.192/2025.

Assunto: Recurso Administrativo. Concorrência Presencial nº 90001/2025.

VISTO

Encaminhado os autos para análise jurídica acerca dos Recursos interpostos pelas licitantes **MKT MÍDIA DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA, ICRP COMUNICACAO DIGITAL LTDA E DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, e Contrarrazões apresentadas pelas **licitantes ICRP COMUNICACAO DIGITAL LTDA E DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, no bojo da Concorrência Presencial nº 90001/2025.

O certame tem como objeto a contratação de agência prestadora de serviços técnicos publicitários, com a finalidade de promover e divulgar os programas, projetos e campanhas da Administração Municipal.

Em fls. 2440/2442 consta Parecer da Subcomissão Técnica da pugnando pela análise jurídica dos seguintes aspectos jurídicos: **a)** necessidade de Análise, sob o ponto de vista jurídico e legal das falhas formais (capas, slogan, espaçamento) e da falha material (dois planos) apresentadas pela DRPM contra as licitantes ICRP e MKT; **b)** se tais irregularidades configuram infrações passíveis de desclassificação ou se são falhas meramente formais e releváveis, em observância ao princípio da vinculação ao edital.

Na sequência, foi exarado o Parecer Jurídico n.º 139/2025-LCAB (fls. 2444/2449), de lavra da Ilustre Procuradora, Dra. Livia Chelles de Aguiar Bonifácio, que igualmente opinou no seguinte sentido:

“Pelo exposto, nos limites da análise jurídica que foi suscitada, **OPINA-SE, quanto as irregularidades formais**, que, caso tais imprecisões não tenham possibilitado a identificação das propostas, que não ensejem na desclassificação das agências,

PROCURADORIA-GERAL DO MUNICÍPIO
Rua Campo de Albacora, 75 - Loteamento Atlântica
Rio das Ostras - RJ - CEP: 28895-664 - www.riodasostras.rj.gov.br





ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
PROCURADORIA-GERAL DO MUNICÍPIO

importando apenas na diminuição das notas técnicas atribuídas as agências, como forme já realizado pela Subcomissão. Caso contrário, tenham implicado na identificação das propostas, pela desclassificação das agências que incorreram em tais penalidades.

Já no que diz respeito as irregularidades mateiras, no que tange a suposta apresentação de dois Planos de Comunicação, **OPINA-SE** pela **desclassificação** da agência **MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGOCIOS LTDA**, vez que admitiu ter elaborado dois Planos de Comunicação, em divergência do que dispõe à Lei nº 12.232/2010, ao edital e à Lei 14.133/2021. Já no que diz respeito à empresa **ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA**, deverá ser analisado de forma técnica se ela realizou um ou dois planos, caso entenda-se que apenas um plano foi apresentado, em consonância com as contrarrazões da agência, não há que se falar em desclassificação quanto a este ponto. Caso contrário, seja abarcada a tese apresentada no Recurso da **D R PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, pela **desclassificação da ICRP**.

Pelo exposto, **ACOLHO**, o Parecer Jurídico n.º 136/2025 – LCAB, pelos fundamentos nele contidos, que fazem parte integrante desta manifestação, devendo ser atendidas as recomendações nele contidas.

Rio das Ostras, 12 de novembro de 2025.

RENATO FERREIRA DE
VASCONCELLOS:0116662174
0

Assinado de forma digital por
RENATO FERREIRA DE
VASCONCELLOS:01166621740
Dados: 2025.11.13 14:36:05 -03'00'

RENATO FERREIRA DE VASCONCELLOS

Procurador-Geral do Município

Matrícula 21.057-9



Processo Administrativo n.º 38.192/2024

Rio das Ostras/RJ, 13 de novembro de 2025.

À

CEC – Comissão Especial de Contratação

Assunto: Atendimento às recomendações da Procuradoria-Geral do Município – PA n.º 38.192/2025 – Concorrência Presencial n.º 90001/2025.

Encaminham-se os autos a esta Comissão Especial de Contratação – CEC, para que sejam adotadas as providências necessárias ao cumprimento das orientações constantes do Parecer Jurídico n.º 139/2025-LCAB, devidamente aprovado pelo Procurador-Geral do Município, no âmbito da análise dos recursos interpostos pelas licitantes **MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda, ICRP Comunicação Digital Ltda e DR Propaganda e Marketing Ltda.**

Conforme se depreende do parecer e do despacho homologatório, no que concerne às irregularidades formais, opina a **PGM**, que compete à Comissão verificar se tais **falhas** possibilitaram ou não a **identificação das propostas**. Se não tiverem comprometido o **sigilo** ou a **impressoalidade**, deverão ser consideradas meras **imprecisões formais**, mantendo-se apenas a repercussão já aplicada pela Subcomissão Técnica na pontuação.

Caso, entretanto, **se conclua que houve qualquer forma de identificação**, deverá ser promovida a **desclassificação** das agências que incorreram na irregularidade.

Quanto às irregularidades de natureza material relativas à eventual apresentação de dois Planos de Comunicação, opina a **PGM** que deverá a Comissão proceder à **desclassificação** da empresa **MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda**, considerando que esta própria admitiu ter apresentado dois planos, configurando falha grave e em desacordo com o edital e com a legislação pertinente, notadamente as Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021.

No tocante à empresa **ICRP Comunicação Digital Ltda**, opina a **PGM** que cabe à Comissão realizar **análise técnica conclusiva** para determinar se houve a entrega de um único plano ou de dois. Caso se comprove a apresentação de apenas um plano, não haverá motivo para desclassificação; caso contrário, deverá ser aplicada a desclassificação, conforme indicado pela Procuradoria-Geral e em consonância com as razões apresentadas pela recorrente **DR Propaganda e Marketing Ltda.**

Diante do exposto, este órgão competente **concorda com a desclassificação** da empresa **MKT Mídias Digitais e Novos Negócios Ltda**, nos termos da fundamentação supra, por ter a licitante confessado a apresentação de dois planos, em total desconformidade com o edital e com a legislação vigente.

No que se refere às demais empresas, após **análise técnica** minuciosa dos elementos constantes dos autos, **não foram constatadas irregularidades materiais aptas a ensejar a desclassificação**, tampouco **falhas formais** capazes de comprometer o sigilo, a impessoalidade ou a identificação das propostas. Assim, conclui este órgão competente pela **manutenção da**



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

habilitação e classificação das licitantes ICRP Comunicação Digital Ltda e DR Propaganda e Marketing Ltda.

Por derradeiro, solicita-se que, após a **ciência, decisão final** e a **devida publicação do ato** por esta **CEC**, bem como o prosseguimento das etapas subsequentes do certame, garantindo-se a continuidade regular da Concorrência Presencial n.º 90001/2025, nos termos da legislação aplicável e do edital vigente.

Desde já, agradecemos sua atenção e colocamo-nos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais que se façam necessários.

Renovo os votos de estima e consideração.

Documento assinado digitalmente
gov.br ANDRE LUIZ DO AMARAL CABRAL
Data: 14/11/2025 15:01:22-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ANDRE LUIZ DO AMARAL CABRAL
Assessor de Comunicação Social e Tecnologia da Informação
Mat.: 21066-8

Fonte de Recursos: Transferência da União Referente a Manutenção da Assistência Social
Programa de Trabalho: 08.244.0122.2.577
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 150.1.704.0150
Nota de Empenho: 0444/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 4.514,40.

Fonte de Recursos: Transferência da União Referente a Manutenção da Assistência Social
Programa de Trabalho: 08.244.0122.2.578
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 150.1.704.0150
Nota de Empenho: 0445/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 1.003,20.

Fonte de Recursos: Rec. Ex. Ant. - Outros Vinc. Programa de Atenção Integral a Família.
Programa de Trabalho: 08.244.0123.2.580
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 433.2.669.0000
Nota de Empenho: 0446/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 2.006,40.

Fonte de Recursos: Rec. Ex. Ant. - Outros Vinc. Programa de Atenção Integral a Família.
Programa de Trabalho: 08.244.0123.2.580
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 433.2.669.0000
Nota de Empenho: 0447/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 2.508,00.

Fonte de Recursos: Rec. Ex. Ant. - Outros Vinc. Programa de Atenção Integral a Família.
Programa de Trabalho: 08.244.0123.2.580
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 433.2.669.0000
Nota de Empenho: 0448/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 1.003,20.

Fonte de Recursos: Rec. Ex. Ant. - Outros Vinc. Programa de Atenção Integral a Família.
Programa de Trabalho: 08.244.0123.2.580
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 433.2.669.0000
Nota de Empenho: 0449/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 2.006,40.

Fonte de Recursos: Rec. Ex. Ant. - Outros Vinc. Programa de Atenção Integral a Família.
Programa de Trabalho: 08.244.0123.2.580
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 433.2.669.0000
Nota de Empenho: 0450/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 1.003,20.

Fonte de Recursos: Rec. Ex. Ant. - Outros Vinc. Proteção e atendimento Especializado.
Programa de Trabalho: 08.244.0124.2.585
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 433.2.669.0000
Nota de Empenho: 0451/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 2.006,40.

Fonte de Recursos: Transferência da União Refere - Proteção e Atendimento Especializado.
Programa de Trabalho: 08.244.0124.2.585
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 150.1.704.0150
Nota de Empenho: 0452/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 1.504,80.

Fonte de Recursos: Transferência da União Refere - Proteção e Atendimento Especializado.
Programa de Trabalho: 08.244.0124.2.586
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 150.1.704.0150
Nota de Empenho: 0453/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 1.504,80.

Fonte de Recursos: Transferência da União Refere - Proteção e Atendimento Especializado.
Programa de Trabalho: 08.244.0124.2.586
Elemento de Despesa: 3.3.90.30.22.0000 - 150.1.704.0150
Nota de Empenho: 0454/2025 - 04/11/2025.
Valor R\$ 1.504,80.

PARECER JURIDICO: Nº 026/2025 - EAO - 27/03/2025 - R.F.V.
FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei Federal nº 14.133/2021 e Decretos Municipais nº 3884/2024 e 4039/2024.

Ubiratan Nunes da Silva
Assessor Executivo - DELCO

AVISO DE ADIAMENTO DE LICITAÇÃO

O Departamento de Licitações e Contratos comunica aos interessados o ADIAMENTO da licitação abaixo:

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇOS Nº 90044/2025 (Processo Administrativo nº 17824/2025-SEMAD), objetivando a eventual contratação de empresa(s) especializada na prestação de serviço de locação de veículos sem motorista, com quilometragem livre e sem fornecimento de combustível para atender as necessidades das diversas Secretarias da Prefeitura Municipal de Rio das Ostras, inicialmente marcado para o dia 18/11/2025 às 09:00 horas fica ADIADO SINE DIE, tendo em vista impugnação de empresa ao respectivo Edital.

Ubiratan Nunes da Silva
Assessor Executivo - DELCO

AVISO DE LICITAÇÃO

O Departamento de Licitação e Contratos da Prefeitura Municipal de Rio das Ostras faz saber, a quem interessar possa, que nos termos do que dispõe a Lei Federal nº 14.133/2021, bem como, o Decreto Municipal nº 3884/2024, que será realizado através da Comissão Permanente de Licitação e Pregão:

CPLP I - 04/12/2025 às 09:00 horas - PREGÃO ELETRÔNICO Nº 90048/2025 (Processo Administrativo nº 28337/2025-SESEP), objetivando a contratação de empresa para fornecimento de materiais de divulgação para campanhas educativas e de conscientização de trânsito promovidas pela Secretaria de Segurança Pública - SESEP.
VALOR ESTIMADO: R\$ 25.130,00
CÓDIGO UASG: 982921
LOCAL: Portal de Compras do Governo Federal - www.gov.br/compras

O Edital se encontra disponível no site do Município de Rio das Ostras (www.riodasostras.rj.gov.br) e no DELCO sito à Rua Campo de Albacora, 75 - Loteamento Atlântica - Rio das Ostras/ RJ - Maiores informações: E-mail: delcopmro@gmail.com / Tel: (22) 2771-6404.

Ubiratan Nunes da Silva
Assessor Executivo - DELCO

COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO

CLASSIFICAÇÃO DAS LICITANTES PARTICIPANTES POR ORDEM DECRESCENTE DE PONTUAÇÃO TÉCNICA, CONSIDERANDO JULGAMENTOS DAS RAZÕES E CONTRARRAZÕES DOS RECURSOS INTERPOSTOS PELAS LICITANTES PARTICIPANTES, EM FACE DO RESULTADO DO JULGAMENTO TÉCNICO DO EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-ASCOMTI, COM BASE NO SUBITEM 23.3, ALÍNEA "f.e.1" DO EDITAL, PUBLICADO NA EDIÇÃO 1879 DE 24 DE OUTUBRO DE 2025 DO JORNAL OFICIAL.

REPUBLICAÇÃO DO RESULTADO DA ORDEM DE CLASSIFICAÇÃO DAS LICITANTES PARTICIPANTES DO CERTAME LICITATÓRIO, COM BASE NO SUBITEM 23.3.3 DO EDITAL.

PROCESSO ADMINISTRATIVO: 38192/2024
CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PÚBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO.

VALOR DO EDITAL: R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais)/24 meses.
FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei nº 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 4.680, de 18.06.65 e 14.133, de 1.01.2021. Aplicam-se também a esta Concorrência as Leis Complementares nº 123 de 14.12.2006 e 147 de 07.08.2014, do Decreto Federal nº 57.690, de 01.02.66 e do Decreto Federal nº 4.563, de 31.12.02, da Lei nº 12.846, de 01/8/2013 e suas respectivas alterações e do Decreto Municipal nº 3884/2024.

LICITANTES POR ORDEM DE CLASSIFICAÇÃO:

1. D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA - 99,00;
2. EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA - 97,47;
3. ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA - 96,98;
4. PUBLIKÁ 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA - 77,31.

LICITANTE DESCLASSIFICADA:

1. MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA;

Rio das Ostras, 14 de novembro de 2025.

MARCELO PEREIRA RANGEL
Presidente da Comissão Especial de Contratação
Matr. 3887-3

MARCELO CUNHA DA SILVA
Membro
Matr. 8938-9

UBIRATAN NUNES DA SILVA
Membro
Matr. 3237-9

TATIANA DAVID RIBEIRO
Membro
Matr. 4880-1



COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO.

NOTIFICAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 38192/2024

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 90001/2025

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO.

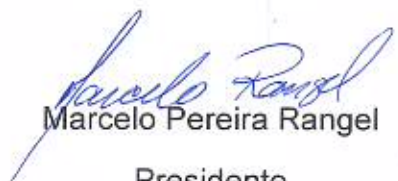
LICITANTES: MKT MÍDIAS DIGITAIS E NOVOS NEGÓCIOS LTDA, EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA, D. R. PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKÁ 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, ICRP COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA.

Prezados Senhores

O Presidente da Comissão Especial de Contratação designado através da **Portaria GAB Nº 0898, DE 13 DE AGOSTO DE 2025**, vem através desta **NOTIFICAÇÃO** solicitar o comparecimento de V. S^{as} para a continuidade da **Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025, processo licitatório 38192/2024**, cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO**, no dia **26/11/2025 às 09:30 horas**, para darmos prosseguimento ao presente processo administrativo, com as informações no que tange ao resultado dos recursos e contrarrazões, em conformidade com o julgamento da Subcomissão Técnica e Procuradoria Geral do Município, bem como a abertura dos invólucros Nº 04.

Rio das Ostras, 24 de novembro de 2025.

Atenciosamente,


Marcelo Pereira Rangel

Presidente

Matrícula 3887-3





comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

NOTIFICAÇÃO

6 mensagens

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

24 de novembro de 2025 às 10:07

Para: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, publika7@publika7.com.br, midiaeurofort@gmail.com, Caio Velloso <c.velloso@savingcomunicacao.com>, renata@savingcomunicacao.com, arturbriote@gmail.com

Prezados, bom dia!

Considerando a realização do processo licitatório 38192/2024, Concorrência Pública 90001/2025, cujo objeto é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PRESTADORA DE SERVIÇOS TÉCNICOS PUBLICITÁRIOS, COM O OBJETIVO DE PROMOVER E DIVULGAR OS PROGRAMAS, PROJETOS E CAMPANHAS DA ADMINISTRAÇÃO, estamos solicitando o comparecimento de todas as licitantes participantes, para darmos prosseguimento ao certame na data e hora discriminados no anexo.

Atenciosamente,

Marcelo Pereira Rangel
Presidente
Matrícula 3887-3



Notificação convocação involucros 04.pdf
137K

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

24 de novembro de 2025 às 10:10

Para: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, publika7@publika7.com.br, midiaeurofort@gmail.com, Caio Velloso <c.velloso@savingcomunicacao.com>, renata@savingcomunicacao.com, arturbriote@gmail.com

Prezados, bom dia!

Reiterando o email enviado anteriormente, solicito ainda que acusem o recebimento da Convocação em tela.

Atenciosamente,

Marcelo Pereira Rangel
Presidente
Matrícula 3887-3

[Texto das mensagens anteriores oculto]



Notificação convocação involucros 04.pdf
137K

artur briote <arturbriote@gmail.com>

24 de novembro de 2025 às 11:04

Para: comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

Cc: Yuri Marcos <yuri@agenciamuganga.com>, Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>, publika7@publika7.com.br, midiaeurofort@gmail.com, Caio Velloso <c.velloso@savingcomunicacao.com>, renata@savingcomunicacao.com

Recebido. Grato.

[Texto das mensagens anteriores oculto]

Ricardo Almeida <ricardo@drpmpropaganda.com.br>

24 de novembro de 2025 às 11:31

Para: comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

Bom dia! E-mail recebido

--

Atenciosamente,

Ricardo Almeida

Cel: (22) 99838-7420

[Texto das mensagens anteriores oculto]

Renata Rodrigues <renata@savingcomunicacao.com>

24 de novembro de 2025 às 12:28

Para: comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

Olá, Sr. Marcelo, boa tarde. Tudo bem?

Recebemos uma notificação solicitando que a MKT Mídias Digitais compareça para dar prosseguimento ao certame 38192/2024, porém recebemos uma notificação anterior comunicando que havíamos sido desclassificados. Poderia, por favor, confirmar pra gente?

Obrigada.

Atenciosamente,

Renata Rodrigues

Gestão Administrativa & Financeiro

t+ 21 3215 7888 | 21 99700 3113

S A V I N G

[Texto das mensagens anteriores oculto]

comissãoespecial de contratação <comissaoespecialdecontratacao@gmail.com>

24 de novembro de 2025 às
14:51

Para: Renata Rodrigues <renata@savingcomunicacao.com>

Prezados, boa tarde!

Conforme solicitado por V. S^a ratificamos a referida desclassificação, tendo em vista que não houve recurso interposto após a desclassificação, mesmo com a manifestação de recorrer imediata da licitante. Cabe salientar que respeitado o prazo de interposição de recurso, não recebemos nenhum documento por e-mail. Desta forma, encaminhamos a referida notificação às demais licitantes classificadas para ciência da continuidade do certame, bem como para V. S^a que permaneceu desclassificada.

Atenciosamente,

Marcelo Pereira Rangel

Presidente

Matr. 3887-3

Favor acusa o recebimento.

[Texto das mensagens anteriores oculto]