



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 86/2025

ATA DE RECEBIMENTO E ENCAMINHAMENTO DE RECURSOS E
CONTRARRAZÕES

Aos vinte e cinco dias do mês de março de 2026, nas dependências da Câmara Municipal de Araras/SP, reuniu-se a Comissão de Contratação, no exercício de suas atribuições legais, para formalizar o recebimento, análise preliminar e encaminhamento dos recursos administrativos e respectivas contrarrazões apresentados pelas empresas participantes da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025.

O objeto do certame consiste na prestação de serviços de publicidade, compreendendo atividades integradas de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

A presente ata tem por finalidade registrar, de forma resumida:

- O conteúdo dos recursos administrativos interpostos;
- O teor das contrarrazões apresentadas;
- O encaminhamento integral dos recursos e contrarrazões à Subcomissão Técnica.

1. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

1.1 Síntese do Recurso – Empresa Olé Propaganda e Publicidade Ltda.

Consta que a empresa Olé Propaganda e Publicidade Ltda. interpôs recurso administrativo em face do julgamento das propostas técnicas da Concorrência Pública nº 001/2025, alegando, em síntese, a existência de vícios no processo de avaliação conduzido pela Subcomissão Técnica, os quais teriam comprometido a lisura, a isonomia e a vinculação ao instrumento convocatório .

A recorrente sustenta que propostas de licitantes melhor classificadas apresentaram desconformidades relevantes com as exigências editalícias, sem que houvesse a devida penalização ou desclassificação, o que teria impactado diretamente o resultado final do certame .

No tocante à licitante **Red Prog Agência de Publicidade Ltda.**, aponta-se, em síntese:



- Descumprimento de requisitos formais do edital, especialmente quanto à formatação do plano de comunicação;
- Apresentação incompleta da relação de peças publicitárias;
- Extrapolação do prazo da campanha simulada (61 dias, quando o edital previa 60 dias);
- Omissão de custos relevantes na planilha orçamentária (produção de peças, QR Code, imagens, distribuição de materiais);
- Utilização de valores divergentes das tabelas oficiais dos veículos de comunicação, em desacordo com o edital;
- Apresentação de orçamento global inferior ao real, gerando vantagem indevida e possível extrapolação do valor máximo permitido .

Em relação à licitante **VersãoBR Comunicação e Marketing**, a recorrente aponta:

- Apresentação de quantidade de peças superior ao limite estabelecido no edital;
- Inclusão de variações de peças como se fossem distintas, em desacordo com as regras do certame;
- Omissão de custos de produção e distribuição;
- Subavaliação de valores de materiais gráficos;
- Ausência de previsão de custos operacionais relevantes;
- Inconsistências na composição do plano de mídia e ausência de investimentos em mídias inovadoras .

Quanto à licitante **Linking Publicidade e Propaganda**, destaca-se:

- Apresentação de número de peças superior ao permitido;
- Descumprimento de exigências formais de apresentação;
- Omissão de diversos custos de produção e execução;
- Inconsistências entre as fases da campanha (lançamento e sustentação), com ausência de previsão de custos em etapas obrigatórias .

Adicionalmente, a recorrente alega incoerência e subjetividade na avaliação de sua própria proposta, afirmando que:

- As notas atribuídas não correspondem às justificativas apresentadas pelos avaliadores;
- Houve aplicação desigual de critérios entre os licitantes;
- Foram considerados elementos estranhos ao edital na avaliação;



- Propostas em desconformidade foram melhor pontuadas, em detrimento da observância objetiva dos critérios estabelecidos .

Por fim, a empresa recorrente fundamenta seu pedido no princípio da vinculação ao instrumento convocatório, destacando que, especialmente em licitações de publicidade regidas pela Lei nº 12.232/2010, o cumprimento rigoroso das regras editalícias é requisito essencial para garantia da isonomia e validade do julgamento .

Diante do exposto, requer a revisão do julgamento das propostas técnicas, com a desclassificação das licitantes que descumpriram o edital, ou, subsidiariamente, a reavaliação das notas atribuídas.

1.2 Síntese do Recurso – Empresa Red Prog Agência de Publicidade Ltda.

Consta que a empresa Red Prog Agência de Publicidade Ltda. interpôs recurso administrativo em face do julgamento das propostas técnicas das licitantes participantes da Concorrência Pública nº 001/2025, especialmente quanto às propostas das empresas Gibbor Brasil Publicidade e Propaganda Ltda., Olé Propaganda e Publicidade Ltda. e Linking Publicidade e Propaganda Ltda., requerendo a revisão das pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica .

A recorrente fundamenta seu recurso na alegação de que o julgamento técnico deve observar rigorosamente os princípios da vinculação ao edital, da isonomia e do julgamento objetivo, sustentando que foram identificadas inconsistências materiais, insuficiências técnicas e irregularidades formais nas propostas das licitantes recorridas, capazes de impactar diretamente a pontuação atribuída .

No que se refere à licitante **Gibbor Brasil Publicidade e Propaganda Ltda.**, a recorrente aponta:

- Ausência de individualização adequada dos serviços prestados aos clientes apresentados na carteira;
- Falta de comprovação objetiva de que os serviços executados possuem aderência ao objeto da licitação;
- Indicação genérica de clientes institucionais sem detalhamento do escopo contratual;
- Fragilidade na demonstração da capacidade de atendimento, baseada mais em presunção do que em comprovação material .



Quanto à licitante **Olé Propaganda e Publicidade Ltda.**, a recorrente sustenta, em síntese:

- Deficiência na apresentação da relação de peças da ideia criativa, com uso de descrições genéricas e ausência de delimitação clara das peças;
- Falta de correspondência objetiva entre a ideia criativa e a estratégia de mídia, comprometendo a rastreabilidade da proposta;
- Fragilidade no raciocínio básico, em razão de erro factual relevante sobre dados econômicos do Município de Araras;
- Inconsistência na justificativa de escolha de veículos de mídia, com utilização de dados tecnicamente incompatíveis (ex.: baixa audiência de portal);
- Irregularidade formal nos relatos apresentados, pela ausência de identificação adequada do responsável técnico da agência;
- Fragilidade material de case apresentado, com ausência de comprovação objetiva de resultados (dados não quantificados ou verificáveis) .

Em relação à licitante **Linking Publicidade e Propaganda Ltda.**, a recorrente aponta:

- Erro de aderência na estratégia de mídia, com referências indevidas a “Prefeitura” em vez da Câmara Municipal de Araras;
- Índícios de reutilização de conteúdo ou falha na adequação da proposta ao objeto específico da licitação;
- Erro grave no item de capacidade de atendimento, com menção expressa a outro ente público (Prefeitura de Ibaté), comprometendo a personalização e a credibilidade da proposta;
- Fragilidade na demonstração da estrutura operacional voltada ao objeto licitado .

De forma geral, a recorrente sustenta que tais inconsistências comprometem a confiabilidade, a aderência ao edital e a objetividade do julgamento técnico, razão pela qual requer a revisão das notas atribuídas às licitantes mencionadas.

Ao final, requer:

- A reavaliação das propostas técnicas das licitantes impugnadas;
- A eventual realização de diligências para esclarecimento de informações;
- A revisão do mapa de notas e da classificação final do certame;
- Subsidiariamente, que eventual manutenção das notas seja devidamente motivada de forma técnica, específica e individualizada.



2. DAS CONTRARRAZÕES

2.1 Síntese do Recurso – Empresa Olé Propaganda e Publicidade LTDA.

A empresa Olé Propaganda e Publicidade Ltda, apresentou contrarrazões ao recurso administrativo interposto pela empresa Red Prog Agência de Publicidade Ltda., buscando a manutenção integral da pontuação técnica atribuída à sua proposta .

De forma geral, as contrarrazões sustentam que o recurso da Red Prog decorre de interpretação equivocada do edital, análise subjetiva e inconformismo com o resultado do certame, não havendo irregularidades que justifiquem a revisão das notas atribuídas .

A defesa apresentada pela Olé está estruturada na refutação direta dos pontos levantados no recurso, conforme segue:

2.1.1. Ideia Criativa e Estratégia de Mídia

A empresa sustenta que sua proposta apresentou relação clara e detalhada de peças publicitárias, incluindo 14 itens devidamente descritos, sendo parte corporificada e parte prevista na campanha.

Argumenta que:

- A proposta atende integralmente às exigências editalícias;
- A eventual dificuldade de interpretação apontada pela recorrente não configura irregularidade;
- A avaliação técnica possui natureza discricionária, cabendo à Subcomissão a análise do mérito técnico, salvo erro evidente ou ilegalidade .

2.1.2. Raciocínio Básico – Suposto erro no PIB

A Olé reconhece a existência de erro material (digitação), esclarecendo que:

- O valor correto do PIB do município foi extraído de fonte oficial (IBGE);
- O erro consistiu apenas na unidade (milhões em vez de bilhões);
- Tal equívoco não comprometeu a compreensão do conteúdo pela Subcomissão Técnica.

Sustenta, ainda, que se trata de vício formal irrelevante, incapaz de impactar a avaliação da proposta .

2.1.3. Justificativa de Mídia



Quanto à escolha do portal “Araras em Pauta”, a empresa argumenta que:

- Houve erro de digitação na indicação do volume de acessos (ausência do termo “mil”);
- O veículo é relevante e foi utilizado inclusive por outros licitantes;
- Trata-se de falha sanável, sem prejuízo ao julgamento, à luz do princípio do formalismo moderado.

Destaca, ainda, contradição da recorrente, que também utilizou o mesmo veículo em sua proposta .

2.1.4. Regularidade Formal dos Relatos

A Olé refuta a alegação de irregularidade formal, afirmando que:

- O edital exige apenas o referendo do cliente atendido;
- Tal exigência foi integralmente cumprida;
- Não há previsão editalícia de identificação do funcionário da agência responsável pelo relato.

Assim, sustenta que a exigência apontada pela recorrente é indevida e não encontra amparo no instrumento convocatório .

2.1.5. Validade dos Resultados do Case apresentado

Quanto ao questionamento do case “Castro Inteligente”, a empresa sustenta que:

- O relato foi devidamente referendado pelo ente público contratante;
- A veracidade das informações é presumida pela chancela do órgão público;
- Não cabe a concorrente questionar a validade de documento certificado por ente público.

Defende, portanto, a regularidade e validade plena do case apresentado .

Conclusão da Síntese do Recurso

As contrarrazões apresentadas pela empresa Olé concentram-se na defesa da regularidade formal e material de sua proposta, sustentando que:

- Não houve descumprimento das exigências editalícias;
- Os apontamentos da recorrente decorrem de interpretações subjetivas;
- Eventuais inconsistências identificadas configuram erros materiais sanáveis, sem impacto no julgamento;



- A Subcomissão Técnica atuou dentro de sua discricionariedade técnica.

Ao final, requer o improvimento integral do recurso interposto pela empresa Red Prog, com a manutenção das notas atribuídas .

2.2. Síntese do Recurso – Empresa Versão BR Comunicação e Marketing LTDA.

A empresa Versão BR Comunicação e Marketing Ltda. apresentou contrarrazões ao recurso administrativo interposto pela empresa Olé Propaganda e Publicidade Ltda., defendendo a manutenção integral da pontuação técnica atribuída à sua proposta .

De forma geral, a empresa sustenta que o recurso apresentado pela Olé carece de fundamentação técnica e jurídica, sendo caracterizado como inconformismo com o resultado do certame, sem demonstração objetiva de violação ao edital ou à legislação aplicável .

A argumentação desenvolvida pela Versão BR está estruturada na refutação dos principais pontos levantados no recurso, conforme segue:

2.2.1. Quantidade de peças publicitárias

A empresa refuta a alegação de extrapolação do limite de peças, sustentando que:

- Não houve apresentação de peças além do limite editalício;
- O jingle apresentado constitui uma única peça, ainda que demonstrado por diferentes formas (roteiro e execução);
- O edital permite diferentes formas de apresentação de uma mesma peça, sem que isso implique duplicidade.

Conclui que não houve descumprimento do limite de 10 peças, sendo correta a avaliação da Subcomissão .

2.2.2. Custos de produção

A Versão BR argumenta que:

- Não há exigência editalícia de detalhamento exaustivo de todos os insumos de produção;
- Custos internos e recursos próprios podem ser utilizados, conforme prática do mercado;
- O edital expressamente permite a desconsideração de determinados custos na simulação.



Sustenta, portanto, que não houve omissão de custos, nem irregularidade na composição da proposta .

2.2.3. Listagem de peças na ideia criativa

A empresa afirma que:

- Todas as peças foram devidamente apresentadas e organizadas;
- A recorrente não demonstrou objetivamente qual peça teria sido omitida;
- Não houve prejuízo à análise da Subcomissão Técnica.

Dessa forma, sustenta a plena conformidade da proposta com o edital .

2.2.4. Estratégia de comunicação e mídias inovadoras

A Versão BR defende que:

- A escolha de utilizar mídias orgânicas decorre de decisão técnica legítima;
- O edital assegura liberdade estratégica às licitantes;
- A crítica da recorrente representa discordância subjetiva, sem fundamento jurídico.

Ressalta que não cabe substituição do julgamento técnico da Subcomissão por interpretação de concorrente .

2.2.5. Ação de mídia alternativa (saco de pão)

A empresa sustenta que:

- Trata-se de estratégia criativa válida e reconhecida no mercado;
- A proposta contemplou produção, distribuição e custos;
- A própria recorrente reconhece o mérito da ideia.

Afirma, portanto, inexistir qualquer irregularidade ou inviabilidade na ação proposta .

2.2.6. Valores de produção e alegação de inexecutabilidade

A Versão BR argumenta que:

- Os valores apresentados são baseados em orçamentos reais de mercado;
- A recorrente não apresentou qualquer prova de inexecutabilidade;
- A alegação possui caráter meramente subjetivo.

Sustenta a regularidade e viabilidade dos valores apresentados .



2.2.7. Custos de mídia (rádio e televisão)

A empresa afirma que:

- Os custos foram devidamente apresentados nas planilhas da proposta;
- A recorrente não indicou inconsistência específica;
- O edital não exige detalhamento absoluto de todos os elementos.

Conclui que não há qualquer omissão ou irregularidade .

2.2.8. Impugnação geral às alegações do recurso

A Versão BR sustenta que:

- O recurso tenta substituir o julgamento técnico da Subcomissão;
- Não há demonstração de violação objetiva ao edital;
- As alegações possuem caráter subjetivo e opinativo;
- A revisão pretendida violaria o princípio do julgamento objetivo.

Conclusão da Síntese do Recurso

As contrarrazões apresentadas pela empresa Versão BR têm como fundamento central:

- A inexistência de irregularidades na proposta técnica;
- A plena observância das regras editalícias;
- A impossibilidade de revisão do julgamento com base em discordâncias subjetivas;
- A legitimidade da avaliação realizada pela Subcomissão Técnica.

Ao final, requer o não provimento do recurso interposto pela empresa Olé, com a manutenção da pontuação e da classificação do certame

3. DO ENCAMINHAMENTO

Diante do exposto, a Comissão de Contratação:

- Recebe formalmente os recursos administrativos e contrarrazões apresentados pelas empresas participantes;
- Certifica a regularidade formal das peças recursais;
- Determina o encaminhamento integral de toda a documentação à Subcomissão Técnica, para análise e manifestação quanto aos aspectos técnicos suscitados;

Nada mais havendo a tratar, lavra-se a presente ata, que segue devidamente assinada.



Araras/SP, 25 de março de 2026.

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
Câmara Municipal de Araras

Rosangela Castro do Nascimento
Presidente

Cláudia Fernanda do Nascimento Mendes
Membro Comissão

Luiz Ariovaldo Fabri Junior
Membro Comissão