

AO ILUSTRÍSSIMO SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 006/2025 DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO/MT.

J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA), já qualificada nos autos da licitação em epígrafe, representada por seu sócio administrador **CAIO FERMINO SOARES**, também qualificado, vem, respeitosamente, perante essa respeitável e qualificada Comissão, interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO**

I. PREÂMBULO

Inicialmente, a recorrente expressa seu profundo respeito pelos profissionais que compõem a Comissão de Licitações e a Subcomissão Técnica, destacando a condução exemplar do certame e o julgamento das propostas. A empresa presume, agradece e reconhece a dedicação notável exigida em todas as fases desta licitação. Ademais, presume e reconhece que a decisão alvo deste recurso foi proferida com a intenção louvável de cumprir as responsabilidades e competências atribuídas à Comissão e à Subcomissão.

Contudo, o julgamento das propostas técnicas apresenta falhas passíveis de correção. Com convicção sobre o mérito de suas alegações, a recorrente exerce seu legítimo direito de interpor recurso com o objetivo de reformar as notas de julgamento. Este recurso fundamenta-se nos esclarecimentos e justificativas apresentados, visando contribuir para o certame. Desta forma, busca-se o reconhecimento imediato das irregularidades e ilegalidades apontadas, com a consequente correção do julgamento, evitando a necessidade de recorrer a órgãos de controle externo, como Tribunal de Contas, Ministério Público e/ou Poder Judiciário.

Com o intuito de cooperar de maneira proativa, de boa-fé, segura e confiante, a recorrente utiliza este recurso para corrigir as irregularidades e ilegalidades identificadas no caso específico. Conforme será evidenciado, tais questões são de fácil constatação, de

correção simples e, acima de tudo, estão alinhadas com o melhor interesse da Prefeitura Municipal de Sorriso/MT.

II. DA TEMPESTIVIDADE

Considerando a previsão contida no **item 13 do Edital** (Recursos Administrativos), bem como no parágrafo 3º, III, do art. 109, da lei nº 8.666/93, tem-se que o prazo para interposição do presente Recurso se dá por 5 (cinco) dias úteis. Portanto, é tempestiva a presente peça recursal, razão pela qual deve ser conhecido e processado por esta respeitável Comissão.

III. MÉRITO RECURSAL

Trata-se de licitação para contratação de 04 (quatro) agências de publicidade para a Prefeitura Municipal de Sorriso/MT, na modalidade melhor Técnica e Preço, publicada sob o título de **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 006/2025**.

Há diversos pontos irregulares ocorridas no decorrer do certame, como iremos demonstrar na seguinte forma.

III.I. Discrepância superior a 20% entre maior e menor nota

A discrepância entre a maior nota e menor nota no *ranking* das agências fere a Lei nº 12.232/2010 que rege as licitações:

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas estoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

Empresas	Envelope 01	Envelope 03	Total
M. Vitorini da Silva – ME - MB Propaganda	41,00	12,50	53,05
Andréia Aparecida Bassani do Nascimento – ME – Job Midias	Desclassificada	9,00	Desclassificada
ART&C Comunicação Integrada Ltda	57,54	17,17	74,71
Zimmermann Publicidade e Propaganda Ltda – Z3 Publicidade	32,83	9,17	42,00
Agência de Publicidade, Propaganda e Startup GC Ltda Epp – Gonçalves Cordeiro	43,38	10,67	54,05
Luiz G. Rodrigues Júnior - Genius Publicidade	Desclassificada	15,83	Desclassificada
Preima Publicidades Ltda - Pública Propaganda	Desclassificada	6,67	Desclassificada
DMD Associados Assessoria e Propaganda Ltda – DMD Comunicação	36,04	13,67	49,71
J.V. Firmino da Silva - Imagine Propaganda	44,50	13,50	58,00

A diferença entre a menor e maior nota ultrapassa os 20%: são 77,98%. Na primeira sessão pública realizada no âmbito da Concorrência Presencial nº 01/2025, todos os licitantes compareceram, realizaram o credenciamento e forneceram dados de contato completos, inclusive **endereço eletrônico (e-mail)**, conforme previsto no Edital.

O art. 10, §1º, VII, da **Lei nº 12.232/2010** exige que, quando houver diferença superior a 20% entre maior e menor nota atribuída por membros da subcomissão técnica, deve haver reavaliação e fundamentação expressa em ata. A doutrina menciona:

"a ausência de critérios claros e a desproporção nas notas atribuídas ferem o princípio da objetividade do julgamento, sujeitando o certame à nulidade" (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, RT).

José dos Santos Carvalho Filho afirma que a motivação é requisito de validade de qualquer ato administrativo, sendo inadmissível avaliação sem explicitação das razões (Manual de Direito Administrativo, Atlas). A jurisprudência se manifesta no seguinte sentido:

STJ: *“A ausência de critérios objetivos na avaliação das propostas afronta os princípios da legalidade, da igualdade e da impessoalidade, ensejando a nulidade do certame”* (STJ, RMS 36.539/DF, Rel. Min. Mauro Campbell Marques, DJe 18/02/2013).

- TCU: “É irregular a atribuição de notas discrepantes sem a devida motivação, especialmente quando não observados os parâmetros objetivos previstos no edital” (Acórdão 1.294/2016 – Plenário).

IV. Ausência de pen drive (fato não verdadeiro) e Mistura de pen drives em envelopes diversos

No julgamento do Envelope 03 – Capacidade de Atendimento e Repertório, especificamente na parte de Repertório, a comissão apontou a ausência de pen drive para acesso ao VT e ao spot.

Entretanto, a **Imagine Propaganda havia anexado o pen drive dentro da caixa do Envelope 03**. Durante a abertura dos envelopes, a representante da empresa questionou se o pen drive da Imagine (com a identidade visual da agência – rosto de John Lennon) havia sido devidamente colado no respectivo caderno, como estava sendo feito com os demais. A comissão informou que sim, que o pen drive havia sido anexado ao caderno.

Apesar disso, na avaliação da comissão consta a observação de falta de pen drive, quando na realidade ele estava presente.

Máximo 10 Pontos	Subtotal	7,333333333	8	6	8
Observações da Comissão:					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Amália	Aparecido	Cláudia
2 - REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,166666667	1	1	1,5
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,166666667	1	1	1,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,333333333	1,5	1	1,5
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,166666667	1	1	1,5
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,333333333	1,5	1	1,5
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,166666667	6	5	7,5
Observações da Comissão:		Comprometeu a falta de pen drive para ver as peças como spot e TV.			
PONTUAÇÃO TOTAL MÁXIMA: 20 pontos	PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA	13,50			

Amália
colado

Foi consignado pela comissão ausência de pen drive no Envelope 03 da Imagine Propaganda, embora a representante tenha confirmado a entrega e o próprio colegiado tenha atestado o recebimento.

- Celso Antônio Bandeira de Mello ensina que o princípio da verdade material deve orientar a Administração, impondo a correção de erros materiais que possam prejudicar licitantes (Curso de Direito Administrativo, Malheiros).

Jurisprudência:

- TJMT: “*Erro material imputado à licitante, não decorrente de sua conduta, mas de falha da comissão, não pode servir como fundamento para desclassificação*” (TJMT, MS nº 101130/2015, Rel. Des. Luiz Carlos da Costa).
- TCU: “*É vedada a desclassificação de licitante por erro da própria comissão, devendo prevalecer a análise do conteúdo efetivamente apresentado*” (Acórdão 2.445/2018 – Plenário).

No **Envelope 01**, foi incluído um **pen drive não identificado**, contendo as peças monstros. Entretanto, **no arquivo disponibilizado no site — documento referente à Imagine Propaganda (Empresa 8) — não consta nenhuma peça do pen drive**. Ocorre que durante a primeira sessão, misturaram todos os pen drives, colocando-os em envelopes diferentes (não correspondentes aos seus).

A irregularidade compromete a lisura do procedimento, pois impede aferição correta da autoria e conteúdo. A doutrina cita o seguinte: *Rafael Oliveira leciona que o princípio da vinculação ao instrumento convocatório exige fidelidade absoluta às regras editalícias, sob pena de nulidade (Licitações e Contratos, Método)*.

Já a jurisprudência é firme ao asseverar:

- STJ: “*O edital é a lei da licitação, vinculando tanto a Administração quanto os licitantes*” (STJ, AgInt no RMS 46.040/SP, Rel. Min. Herman Benjamin, DJe 20/09/2016).
- TCU: “*A confusão de documentos e mídias pela comissão implica vício insanável, por comprometer a rastreabilidade e a igualdade entre os participantes*” (Acórdão 1.234/2019 – Plenário).

V. 4. Divergência de valores em tabelas de mídia (Agência Art C e Gonçalves Cordeiro)

No que corresponde a mídia na parte de veiculação, no Outdoor o valor **não corresponde ao valor de tabela**. O valor utilizado para Outdoor duplo foi de R\$ 1.780 cada sendo que pela tabela da empresa MT Outdoor citada seria para outdoor Duplo: R\$

1.950,00. O que ultrapassaria o valor total da verba de R\$ 180.000,00 dando R\$ 180.121,91.

PLANILHA 4 - PROGRAMAÇÃO DE MÍDIA EXTERIOR (OOH)								
Mês	Praca	Veículo	Prça	Descrição	Período	Valor Unitário Tabela	Quantidade	Investimento Total em Reais
	Sorriso	MT Outdoor	Outdoor duplo	Formato: 18cm30cm - Bi-Senana 46	03 a 16/11/2025	R\$ 1.780,00	6	R\$ 10.680,00
TOTAL EM MÍDIA OOH							6	R\$ 10.680,00

Praca	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Sorriso	14 dias	1	R\$ 975,00



MT OUTDOORS - MÍDIA EXTERIOR

Rua A-16, nº 894 - Sagrada Família - Rondonópolis/MT CEP 78.735-129
 comercial@mtoutdoors.com.br (66) 9 8134-2968

TABELA DE VALORES - LOCAÇÃO

Outdoor 9 x 3 mts	Período Contrato	Oitos pontos	R\$ Unitário bruto - 20%
Água Boa	14 dias	1	R\$ 975,00
Alta Floresta	14 dias	1	R\$ 875,00
Araputanga	14 dias	1	R\$ 975,00
Aripuanã	14 dias	1	R\$ 975,00
Barra do Bugres	14 dias	1	R\$ 975,00
Barra do Garças	14 dias	1	R\$ 975,00
Bom Jesus do Araguaia	14 dias	1	R\$ 975,00
Brasnorte	14 dias	1	R\$ 975,00
Cáceres	14 dias	1	R\$ 975,00
Campo Novo do Parecis	14 dias	1	R\$ 975,00
Campo Verde	14 dias	1	R\$ 1.200,00
Canarana	14 dias	1	R\$ 975,00
Chapada dos Guimarães	14 dias	1	R\$ 1.937,50
Colider	14 dias	1	R\$ 975,00
Colniza	14 dias	1	R\$ 975,00
Confresa	1 mês	1	R\$ 2.100,00
Curubá	14 dias	1	R\$ 1.937,50
Curubá (Gráfica Print)	14 dias	1	R\$ 1.937,50
Diamantino	14 dias	1	R\$ 1.200,00
Guarantã do Norte	14 dias	1	R\$ 1.125,00
Jaciara	14 dias	1	R\$ 1.125,00
Jauru	14 dias	1	R\$ 975,00
Juara	14 dias	1	R\$ 1.125,00
Juina	14 dias	1	R\$ 1.125,00
Lucas do Rio Verde	14 dias	1	R\$ 1.200,00
Matupa	14 dias	1	R\$ 1.125,00
Mirassol D' Oeste	14 dias	1	R\$ 975,00
Nobres	14 dias	1	R\$ 1.200,00
Nova Mutum	14 dias	1	R\$ 1.200,00
Nova Xavantina	14 dias	1	R\$ 975,00
Peixoto de Azevedo	14 dias	1	R\$ 975,00
Pontes e Lacerda	14 dias	1	R\$ 975,00
Porto Espíndola	14 dias	1	R\$ 975,00
Poxoreu	14 dias	1	R\$ 1.125,00
Primavera do Leste	14 dias	1	R\$ 1.200,00
Querência	14 dias	1	R\$ 975,00
Ribeirão da Cascalheira	14 dias	1	R\$ 975,00
Rondonópolis	14 dias	1	R\$ 975,00
Santa Carmem	14 dias	1	R\$ 1.000,00
Santa Rita do Trivelato	14 dias	1	R\$ 1.200,00
São José do Rio Claro	14 dias	1	R\$ 1.200,00

São José dos 4 Marcos	14 dias	1	R\$ 975,00
Sapezal	14 dias	1	R\$ 975,00
Sinop	14 dias	1	R\$ 875,00
Sorriso	14 dias	1	R\$ 975,00
Tangará da Serra	14 dias	1	R\$ 975,00
Várzea Grande	14 dias	1	R\$ 1.937,50
Várzea Grande (Gráfica Print)	14 dias	1	R\$ 1.875,00

O uso de valores inferiores aos previstos em tabela oficial afronta a isonomia, pois gera vantagem indevida. Doutrina: Maria Sylvia Zanella Di Pietro ensina que a isonomia

deve ser observada em todas as fases do certame, e qualquer desequilíbrio no tratamento de propostas macula a seleção (Direito Administrativo, Atlas).

Já a jurisprudência menciona. TCU: “A utilização de preços inferiores aos de mercado, ou divergentes de tabelas oficiais, compromete a avaliação isonômica das propostas” (Acórdão 2.622/2013 – Plenário).

Vi. Falta de inserção de valores de criação (Gonçalves Cordeiro)

A empresa supra não inseriu os valores de criação conforme solicitado no edital



- a.1)** O texto de até 04 (quatro) laudas está relacionado a explicitação das propostas adotadas para atingir os públicos da campanha. Qualquer documento anexado não será contado para fins deste limite.
- b)** Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária, mencionada na alínea “b” do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 04 (quatro) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas.

I - Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- 1) o período de distribuição das peças e ou material;
 - 2) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - 3) os valores dos investimentos alocados na distribuição em veículos de divulgação, separadamente por meios (exemplos: radiofônicos, televisivos, jornais impressos, sites e assim por diante);
 - 4) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
 - 5) os valores alocados de criação de cada peça e ou material de não mídia;
- ➔ Pág 14) 6) os valores alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

gONCALVES cordeiro		AGENCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GO LTDA CNPJ: 23.718.215/0001-48 Telefone: (65) 3621-3378 Endereço: Rua Manoel Leopoldo, 458 Bairro Arões CEP: 78005-550 Cidade: Cuiabá - MT		PROPOSTA 2421
Nome: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO		Projeto: 3158 - LICITAÇÃO		
Razão Social: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO ESTADO DE MATO GROSSO		Tel.: (66) 3545-4700		
CPF/CNPJ: 03.239.076/0001-52				
Endereço: Av. Porto Alegre, 2525 - Centro - Sorriso/MT - CEP: 78890-000				
Custos Internos				
PRODUTO/SERVICO	SERVICO PRESTADO	QTD	VALOR NEGOCIADO	
FULL BANNER - FULL BANNER	criação de acordo com tabela vigente da SINAPRO	1,00	R\$ 0,00	
OUTDOOR - OUTDOOR	criação de acordo com tabela vigente da SINAPRO	1,00	R\$ 0,00	
SPOT 30" - SPOT 30"	criação de acordo com tabela vigente da SINAPRO	1,00	R\$ 0,00	
VT 30" - VT 30"	criação de acordo com tabela vigente da SINAPRO	1,00	R\$ 0,00	
FILME/VT INSTITUCIONAL ATÉ 30"- ROTEIRO - FILME/VT INSTITUCIONAL ATÉ 30"- ROTEIRO	criação de acordo com tabela vigente da SINAPRO	1,00	R\$ 0,00	
			SUBTOTAL: R\$ 0,00	

No que corresponde a mídia na parte de veiculação, no Outdoor o valor não corresponde ao valor de tabela. O valor utilizado para Outdoor foi de R\$ 1.000,00 cada

sendo que pela tabela da empresa Outcom citada seria para outdoor : R\$ 1.050,00. Então no caso de 10 placas dariam R\$ 10.500 e não R\$ 10.000.



TABELA DE PREÇOS 2025	
MÍDIA OUTDOOR	
Impressão:	
Outdoor - padrão 3,00m x 9,00m - 4 cores em traço - resolução 1200 DPI	lona 280g
Valor unitário	RS1.600,00
Impressão em papel 90g - Valor unitário	RS800,00
Locação:	
Espaço publicitário mídia outdoor simples 3m x 9m	
Valor unitário bissemana	RS1.050,00

VII. Uso de tabela incorreta da TV Centro América (MB Propaganda)

A empresa MB Propaganda Fez uso da tabela de Agosto da Tv Centro América, sendo que a correta teria que ser a do mês de Junho pois tem que estar de acordo com a data que saiu o edital, como mostra abaixo:



a.1) O texto de até 04 (quatro) laudas está relacionado a explicitação das propostas adotadas para atingir os públicos da campanha. Qualquer documento anexado não será contado para fins deste limite.

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária, mencionada na alínea "b" do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 04 (quatro) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas.

- I - Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- 1) o período de distribuição das peças e ou material;
 - 2) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - 3) os valores dos investimentos alocados na distribuição em veículos de divulgação, separadamente por meios (exemplos: radiofônicos, televisivos, jornais impressos, sites e assim por diante);
 - 4) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
 - 5) os valores alocados de criação de cada peça e ou material de não mídia;
 - 6) os valores alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

II - Nessa simulação:

- 1) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 2) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680/1965;
- 3) devem ser desconsiderados os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Pág 14

6.2.4. Os quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho

Justen Filho reforça que a observância do marco temporal do edital é imprescindível para assegurar igualdade (Comentários à Lei de Licitações).

Jurisprudência: TCU – “A utilização de documentos em desacordo com a data editalícia compromete a paridade entre licitantes” (Acórdão 2.198/2015 – Plenário).

VI. PEDIDOS

Diante do exposto, requer:

- a) O recebimento e conhecimento do presente recurso administrativo;
- b) O reconhecimento das irregularidades apontadas;
- c) A reavaliação das notas atribuídas, com correção das falhas materiais constatadas;
- d) A **revisão das propostas técnicas apresentadas**, considerando os apontamentos de irregularidades já registrados, com eventual **desclassificação das agências** que descumpriram exigências editalícias;;
- e) A suspensão dos efeitos da classificação provisória até decisão final deste recurso. Requer-se a intimação da Recorrente de todos os atos futuros do processo, preferencialmente por meio eletrônico, no endereço cadastrado junto à Comissão Permanente de Licitação.

Nestes termos,

Pede deferimento.

Sorriso/MT, 10 de setembro de 2025.

J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA)

J V FERMINO DA Assinado de forma digital
SILVA:18689930 por J V FERMINO DA
000160 SILVA:18689930000160
Dados: 2025.09.10
11:17:47 -04'00'