

JULGAMENTO DE RECURSO

Concorrência Pública nº 02/2025 – Edital nº 42/2025

Processo Administrativo nº 400/2025

Objeto: Contratação de empresa para prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Recorrente: Versão BR Comunicação e Marketing Ltda.

Recorrida: DMC Propaganda Ltda.

I – RELATÓRIO

A licitante **Versão BR Comunicação e Marketing Ltda.** interpôs recurso administrativo contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência 02/2025, por meio do qual sustenta que a proposta da empresa **DMC Propaganda Ltda.** deveria ser desclassificada por suposto descumprimento das exigências editalícias, notadamente quanto:

- ao limite de 10 peças no Repertório;
- à alegada falta de correspondência entre Ideia Criativa e Estratégia de Mídia;
- à suposta inconsistência na distribuição das peças de rádio;
- ao suposto descumprimento dos itens referentes às formas inovadoras de comunicação.

A recorrida DMC apresentou contrarrazões tempestivas.

A Comissão de Contratação emitiu Parecer, após solicitar posicionamento da Subcomissão Técnica, que igualmente emitiu análise detalhada.

Os autos retornam para julgamento pela autoridade competente.

II – DA ADMISSIBILIDADE

Conforme Parecer da Comissão de Contratação, o recurso foi interposto dentro do prazo de 03 dias úteis previsto no edital, devidamente assinado e instruído.

As contrarrazões da DMC também foram apresentadas no prazo legal.

Assim, conhece-se do recurso, por preencher os requisitos de admissibilidade.

III – ANÁLISE

A análise do mérito baseia-se:

- no Recurso da Versão BR;
- nas Contrarrazões da DMC;
- no Parecer da Subcomissão Técnica;
- no Parecer da Comissão de Contratação.

1. Alegado descumprimento do Repertório – item 6.3.2 do edital

A recorrente afirma que a DMC apresentou 13 peças, excedendo o limite de 10.

A Subcomissão Técnica concluiu que:

- o edital permite apresentação de peças e/ou materiais, sendo este último entendido como conjunto de elementos derivados de uma única ideia criativa;
- os casos apresentados pela DMC configuram 10 materiais/cases, cada qual estruturado por uma única ideia criativa, ainda que composto por diferentes suportes.

As contrarrazões reforçam essa interpretação, demonstrando que a Versão BR omitiu intencionalmente a palavra “material” do edital e utilizou interpretação restritiva não prevista.

A Comissão de Contratação acompanhou integralmente a posição técnica.

Conclusão:

Não houve violação ao item 6.3.2.1.1. do edital. O Repertório da DMC atendeu rigorosamente ao limite de 10 materiais/cases.

2. Alegada incongruência entre Ideia Criativa e Estratégia de Mídia

A Versão BR sustenta que haveria peças previstas na Estratégia de Mídia que não constariam da Ideia Criativa, e vice-versa

A Subcomissão Técnica apurou que:

- todos os elementos constantes da Estratégia de Mídia decorrem diretamente das peças-base apresentadas na Ideia Criativa;
- formatos como outdoor, busdoor, abrigo etc. são meios de veiculação, não “peças inéditas”, sendo prática usual sua adaptação;
- a reutilização de assets é normal e não caracteriza irregularidade;
- o edital não exige indicação prévia de localização de meios como abrigos ou pontos de ônibus.

As contrarrazões demonstram que a recorrente tenta impor interpretação mais gravosa

que a prevista no edital.

A Comissão de Contratação concluiu inexistir qualquer desconformidade; a proposta da DMC é tecnicamente coerente.

Conclusão:

Não se verificou qualquer descumprimento relacionado à correspondência entre Ideia Criativa e Estratégia de Mídia.

3. Peças de rádio – distribuição de spot e jingle

A recorrente alega que o jingle não foi incluído na distribuição do plano de mídia.

A Subcomissão Técnica concluiu:

- ambas as peças sonoras (spot e jingle) foram apresentadas, detalhadas e orçadas;
- o edital não exige veiculação uniforme, permitindo usos diferenciados conforme estratégia.

As contrarrazões da DMC reforçam que a estratégia adotada — spot contínuo com jingle complementar — é prática comum no setor.

Conclusão:

Não há irregularidade. A exigência editalícia foi cumprida.

4. Formas inovadoras de comunicação – métricas e estratégias

A recorrente alega ausência de métricas e valores unitários

A Subcomissão Técnica identificou que:

- a DMC apresentou valores, segmentações e formatos;
- o edital não exige siglas específicas (CPM, CPC etc.) como obrigatórias, apresentando-as apenas como exemplos.

As contrarrazões confirmam que o conteúdo apresentado atende plenamente ao item 6.1.1.4.3.

Conclusão:

A alegação não procede.

Síntese da Análise

Todos os argumentos da Versão BR foram exaustivamente analisados pela Subcomissão Técnica e pela Comissão de Contratação, que concluíram que não há qualquer falha,

vício, omissão ou descumprimento editalício apto a justificar a desclassificação da DMC.

IV – CONCLUSÃO

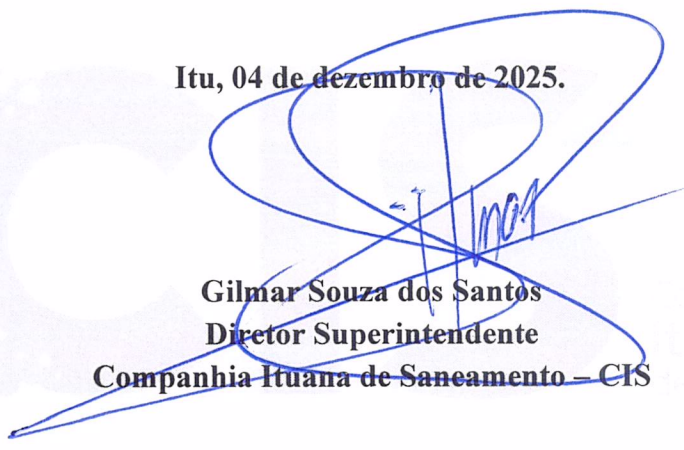
Diante do exposto e com fundamento:

- no Parecer da Subcomissão Técnica;
- no Parecer da Comissão de Contratação;
- nas contrarrazões apresentadas.

JULGO IMPROCEDENTE o recurso interposto pela empresa Versão BR Comunicação e Marketing Ltda., mantendo-se integralmente o resultado do julgamento das Propostas Técnicas e a classificação da empresa DMC Propaganda Ltda.

Determino o prosseguimento regular do certame, com ciência às licitantes.

Itu, 04 de dezembro de 2025.



Gilmar Souza dos Santos
Diretor Superintendente
Companhia Ituana de Saneamento – CIS