

**À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA AGÊNCIA DE LICITAÇÕES,
CONTRATOS E CONVÊNIOS DO MUNICÍPIO DO MACEIO – ALICC**

CONCORRÊNCIA Nº: 3/2025

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4600.085850/2025

LUA PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 05.916.755/0001-54, com sede na Rua Fidêncio Ramos, 195, cjto. 126, CEP 04.551-010, Vila Olímpia, em São Paulo/SP, neste ato por sua representante já constituída no presente certame, Sra. Lais de Almeida Campos, vem, com respeito e acatamento perante esta Comissão Especial de Licitação, com fundamento no item 17 do Edital e no artigo 165, I, “b” da Lei Federal 14.133/21, interpor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face do resultado do julgamento das propostas técnicas, o que faz consoante as razões de fato e fundamentos de direito a seguir expostos.

1. DA TEMPESTIVIDADE

Considerando que o resultado do julgamento das propostas técnicas da presente Concorrência foi disponibilizado à Recorrente no dia **28/01/26**, o prazo legal de três dias úteis para interposição de recurso findará em **02/02/26**, por força do disposto no artigo 183, III da Lei Federal nº 14.133/21:

Art. 183. Os prazos previstos nesta Lei serão contados com **exclusão do dia do começo e inclusão do dia do vencimento** e observarão as seguintes disposições:

III - nos prazos expressos em **dias úteis, serão computados somente os dias em que ocorrer expediente administrativo** no órgão ou entidade competente.

Isto é:

| | |
|----------|------------------------|
| 28/01/26 | Publicação (exclui-se) |
| 29/01/26 | 1º dia |
| 30/01/26 | 2º dia |
| 02/02/26 | 3º dia (inclui-se) |

Do que se denota a tempestividade do recurso em tela.



2. BREVE SÍNTESE FÁTICA

Trata-se de recurso administrativo interposto no âmbito da Concorrência nº 3/2025, promovida pelo Município de Maceió, cujo objeto consiste na contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, para atender às necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Maceió, nos termos da Lei Federal nº 12.232/10, da Lei Federal nº 14.133/21 e das demais disposições constantes do Edital e seus anexos.

Em 12/12/25, ocorreu a primeira sessão pública de julgamento, destinada ao recebimento da documentação, das propostas técnicas e de preços apresentadas pelas licitantes, na forma prevista no instrumento convocatório.

Posteriormente, ocorreu a segunda sessão pública, em 26/01/26, ocasião em que a Comissão Especial de Licitação procedeu à abertura do invólucro nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada), realizando o cotejamento com as propostas constantes do invólucro nº 1 (Via Não Identificada).

Nesta mesma oportunidade, procedeu-se com a elaboração da planilha geral de pontuação, consolidando as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica aos invólucros nº 1 e nº 3, proclamando, ao final, o resultado do julgamento das propostas técnicas, nos seguintes termos:

| Ordem Classificação Final | EMPRESA | Nota Técnica Final | % de Desconto sobre a tabela de custos (D2) |
|---------------------------|------------------------------------|--------------------|---|
| 1 | MIND CONSULTORIA LTDA (TALK) | 92,97 | 7% |
| 2 | EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA | 89,1 | 7% |
| 3 | AGÊNCIA UM BCA PROPAGANDA LTDA | 86,93 | 7% |
| 4 | LUA PROPAGANDA LTDA | 85,3 | 7% |
| 5 | CIDADE PROPAGANDA E MARKETING LTDA | 79,13 | 7% |
| 6 | AG COMUNICAÇÃO LTDA | 78,97 | 7% |

Diante do resultado, o presente recurso administrativo tem por finalidade a revisão das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, uma vez que o julgamento realizado apresentou inconsistências técnicas e violações aos critérios objetivos previstos no Edital, especialmente no que se refere à avaliação da proposta da ora Recorrente, cuja pontuação deve ser majorada.

Além disso, conforme os fundamentos fáticos e jurídicos que serão detalhadamente expostos a seguir, as avaliações das propostas das empresas **MIND**



CONSULTORIA LTDA. (1^a colocada), EBM QUINTOO COMUNICAÇÃO LTDA. (2^a colocada) e AGÊNCIA UM BCA PROPAGANDA LTDA. (3^a colocada) também necessitam ser revistas para que suas notas sejam minoradas.

2. DO DIREITO – RAZÕES PARA REVISÃO DE CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS NA CONCORRÊNCIA CEL/ALICC Nº 002/2025.

2.1. DAS RAZÕES DE MAJORAÇÃO DA NOTA TÉCNICA ATRIBUÍDA À RECORRENTE

2.1.1. AVALIAÇÃO TÉCNICA DO PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

Em primeiro lugar, cumpre esclarecer que a proposta técnica apresentada pela Recorrente **revela elevado grau de coerência, clareza e aderência lógica entre os elementos que compõem o Raciocínio Básico, a Estratégia de Comunicação, a Solução de Comunicação Digital e o Plano de Implementação**, atendendo de forma exemplar aos quesitos estabelecidos no Edital.

Desde a etapa de diagnóstico, o plano identifica com precisão que a comunicação digital da Prefeitura de Maceió precisa ampliar sua capacidade e tornar visíveis, comprehensíveis e institucionalmente reconhecíveis as ações da gestão, sobretudo na Parte Alta, onde a circulação de informações oficiais exige maior precisão narrativa. Embora exista grande volume de conteúdos e alto potencial de alcance, a compreensão e o reconhecimento institucional não se distribuem de forma homogênea entre territórios e públicos.

Para orientar essa evolução, a Estratégia de Comunicação Digital organiza-se em três pilares centrais: Reconhecimento, Integração e Inteligência.

Tal leitura demonstra sensibilidade estratégica e alinhamento com a realidade do problema público a ser enfrentado, afastando soluções superficiais ou meramente informativas.

Especificamente quanto ao Plano de Implementação, seus quesitos de julgamento foram preconizados pelo subitem 2.2.1.4 do Edital:

2.2.1.4. Subquesito 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;
- c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;



d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.

Sendo que, da análise das avaliações, nota-se que os três avaliadores pontuaram positivamente e evidenciaram todos os quesitos de julgamento na proposta da Recorrente, destacando-se, exemplificativamente, os seguintes comentários:

Avaliador 03 - Nota 14,5

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O plano de implementação demonstra uma visão estratégica na alocação de recursos, priorizando as ações mais relevantes. O plano é apropriado, embora pudesse ser mais detalhado.

Avaliador 02 - Nota 18

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O plano de implementação apresentado reproduz de forma coerente a visão criativa da estratégia, tendo sido apresentado com ações de ativação e distribuição que conectam com algumas oportunidades de engajamento, o que traz economicidade.

Avaliador 01 - Nota 16,5

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O cronograma demonstra um bom planejamento técnico. O orçamento é bem distribuído e otimizado, o que reflete eficiência e economicidade.

Observa-se, contudo, que as notas atribuídas não condizem com os comentários. Ou seja, a despeito da avaliação positiva do prospecto apresentado pela Recorrente, ela não se traduziu na pontuação final, gerando séria margem de dúvida acerca do que justificaria tais descontos.

Com todo respeito, a proposta apresentada pela Recorrente demonstra clareza conceitual e adequado embasamento técnico, revelando domínio do contexto institucional exigido e aderência ao objeto licitado.

Também evidencia adequada e consistente compreensão dos elementos do Briefing, tanto no que diz respeito à missão institucional de construção do plano de comunicação, quanto no desenvolvimento da proposta objeto da avaliação.

O plano foi estruturado em aderência integral ao Briefing, à verba disponível e à realidade dos veículos da praça de Maceió, priorizando otimização do investimento, concentração estratégica e frequência eficaz nos meios de maior eficiência local.



Portanto, com a devida vênia, a leitura correta dos direcionadores estratégicos, aliada à sua tradução coerente em soluções comunicacionais, afasta qualquer juízo de insuficiência técnica, impondo-se, portanto, a majoração da escala atribuída de 16,5, em consonância com o efetivo mérito da proposta.

Diante disso, resta evidente que a proposta da Recorrente atende integralmente aos critérios de avaliação previstos no Edital, circunstâncias que justificam a necessária majoração da nota técnica atribuída pela Subcomissão Técnica, especial ao subquesito Plano de Implementação, para que lhe seja conferida a pontuação máxima de 20 pontos.

2.2. DAS RAZÕES PARA A DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DA MIND CONSULTORIA LTDA.

No que tange à proposta apresentada pela concorrente Mind Consultoria Ltda., primeiramente, observa-se que a mesma merece ser desclassificada por inobservância aos subitens 1.1.1 e 1.2, VI do Apêndice II do Edital, que assim dispõem:

1.1.1.A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

[...]

VI. Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

Isto porque, logo após os títulos, o espaçamento entre linhas está maior do que o permitido pelo ato convocatório, o que torna a proposta técnica contrária às regras impostas pelo certame e, inclusive, passível de identificação.

O que viola os princípios licitatórios previstos no artigo 5º da Lei de Licitações, notadamente os da legalidade, da igualdade, da vinculação ao edital e do julgamento objetivo.

Como visto acima, o Edital foi categórico quanto à necessidade de observância, pelas licitantes, das suas regras para impedir que a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Visual pudesse ser reconhecida antes da abertura da Via Identificada.

Se fosse uma licitação para objeto comum em que as propostas pudessem ser identificadas desde o início, poder-se-ia sustentar que se trata de uma questão meramente formal. Contudo, em sendo um certame em que a primeira versão da



proposta não poderia ser identificada, a questão acima não pode ser considerada um formalismo exacerbado.

Ao assim proceder, a licitante Mind comportou-se diversamente daquilo que foi preconizado pelo ato convocatório, comprometendo a lisura da sua participação, em função do que merece ser desclassificada da Concorrência.

2.2.1. DAS RAZÕES PARA A DIMINUIÇÃO DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DA MIND CONSULTORIA LTDA.

Caso a tese anterior não seja acolhida, o que não se espera e se admite apenas por hipótese, há que se ressaltar também a necessidade de diminuição da pontuação atribuída à proposta da concorrente Mind no subquesito Estratégia de Comunicação Digital.

A concorrente afirmou que em seu planejamento estratégico utilizará histórias reais de moradores:

As diretrizes editoriais de conteúdo serão baseadas em clareza, proximidade, territorialização e humanização. Cada peça deve ser comprehensível em poucos segundos, sempre mencionando bairros, ruas ou espaços reconhecíveis, tornando a comunicação mais ancorada no cotidiano real da população. A linguagem deve ser simples, humana e popular, com forte presença de sotaque local, trilhas populares e estrutura narrativa voltada à retenção visual. Fotos e vídeos devem priorizar personagens reais: moradores, trabalhadores, estudantes, mães, jovens, reforçando que a transformação não é abstrata – tem rosto, nome e endereço. São as pessoas que vivem na Parte Alta, com suas conquistas, fazendo jus ao conceito da nossa campanha, mostrando na real porque “Maceió tá por cima”.

Entretanto, o personagem da peça destacada abaixo foi identificado como Francisco, mas, na verdade, se chama Sérgio Peixoto da Rocha:



Ou seja, já na apresentação da proposta a concorrente apresenta uma informação essencial da peça publicitária de maneira incorreta, o que seria facilmente percebido pela população local e certamente geraria questionamento, constrangimento e desgaste à imagem do Município.

Portanto, se isso não for passível de desclassificação da proposta, no mínimo, deve constituir motivo para a redução da nota atribuída à concorrente.

Além disso, os relatos apresentados pela Mind possuem mais do que as cinco páginas admitidas pelo subitem 1.6.2, do Apêndice II do Edital:

1.6.2.A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, **cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas**, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

- I – Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III - não pode referir-se a ações de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pelo Contratante, no âmbito de seus contratos;
- IV – Deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

Considerando que as fichas técnicas integram o relato, suas páginas devem ser igualmente incluídas na contagem, o que constitui mais uma irregularidade material na proposta da concorrente Mind.

Ademais, os relatos apresentados pela Mind não informaram o período de execução, não sendo permitido avaliar se foram produzidos a partir de 01/01/17, como determinou o subitem 1.6.2.2, do Apêndice II do Edital:

1.6.2.2. Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2017.

Sendo assim, não há como desconsiderar os fatores acima na avaliação da proposta da concorrente Mind, os quais são passíveis de conduzir à sua desclassificação ou, pelo menos, na minoração dos pontos atribuídos a ela, o que repercutirá diretamente na classificação das licitantes.

2.3. DAS RAZÕES PARA A DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DA EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA.

Com relação à concorrente EBM Quintto Comunicação Ltda., a mesma deve ser igualmente desclassificada, haja vista que, ao apresentar a identidade visual na prancha que o pendrive vai anexado, extrapolou o limite de peças que poderiam ser exibidas, contrariando, assim, o subitem 1.3.3.3, do Apêndice II do Edital:



1.3.3.3. Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3.4. estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiros, storyboards e leiautes impressos;
- b) storyboards animados ou animatics;
- c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

Indiscutivelmente, essa conduta gerou uma vantagem à EBM, pois permitiu que ela demonstrasse mais o seu trabalho e expertise do que as demais empresas, que seguiram fielmente os ditames do ato convocatório.

E a sua classificação em segundo lugar confirma isso.

Portanto, não há como conceber que essa desigualdade prevaleça no julgamento do certame, porquanto viola os primados da impessoalidade, da igualdade, da vinculação ao edital e do julgamento objetivo, previstos no artigo 5º da Lei de Licitações.

2.3.1. DAS RAZÕES PARA A DIMINUIÇÃO DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DA EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA.

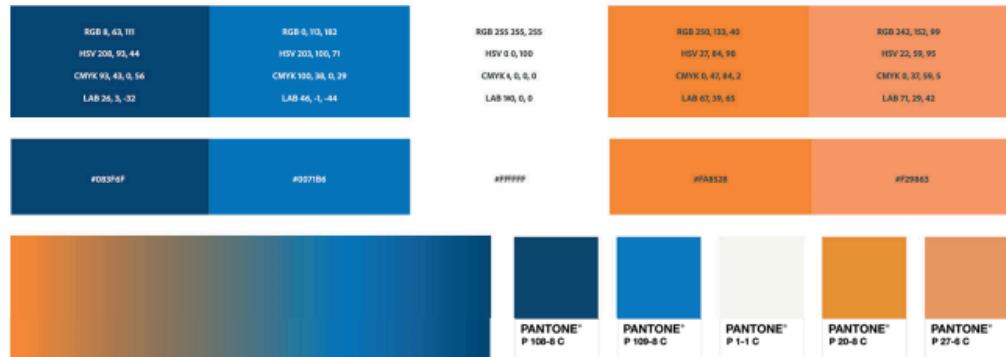
Acaso não se reconheça a desclassificação suscitada acima, o que se admite apenas por eventualidade, também é imperioso ressaltar a necessidade de diminuição da pontuação da proposta da EBM por não se atentar às orientações do Manual de Identidade Visual do Município de Maceió:

..... PREFEITURA DE MACEIÓ

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
FEVEREIRO DE 2021

CORES

Modos e códigos das cores



Note-se que os tons de azul e laranja, acima reproduzidos, destoam das cores padronizada pela Municipalidade, sendo que a concorrente ainda utilizou uma terceira cor (magenta) como destaque.

Por fim, é oportuno destacar que a campanha descrita no plano de comunicação dessa concorrente é inexequível, pois extrapola a verba determinada no Briefing, haja vista que não contemplou o custo de influencer Kauã Trajano.

Compulsando a proposta oferecida pela concorrente, não há especificação acerca desse custo que, naturalmente, será gerado para a participação desse profissional. E considerando que não há um valor padronizado para cachês artísticos e contratações congêneres, é evidente que isso deveria ter sido especificado na proposta para confirmar sua viabilidade financeira.

O que representa uma razão adicional para a redução da pontuação atribuída à EBM, que fatalmente repercutirá na classificação das licitantes.

2.4. DAS RAZÕES PARA A DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DA AGÊNCIA UM BCA PROPAGANDA LTDA.

Finalmente, a concorrente Agência Um BCA Propaganda Ltda. também deve ser desclassificada do certame pela indevida identificação da sua proposta técnica, violando o disposto nos subitens 1.3.3.5.1, 1.6.1 e 2.5, “a”, do Apêndice II do Edital:

1.3.3.5.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciente, somente a marca do seu fabricante.

[...]

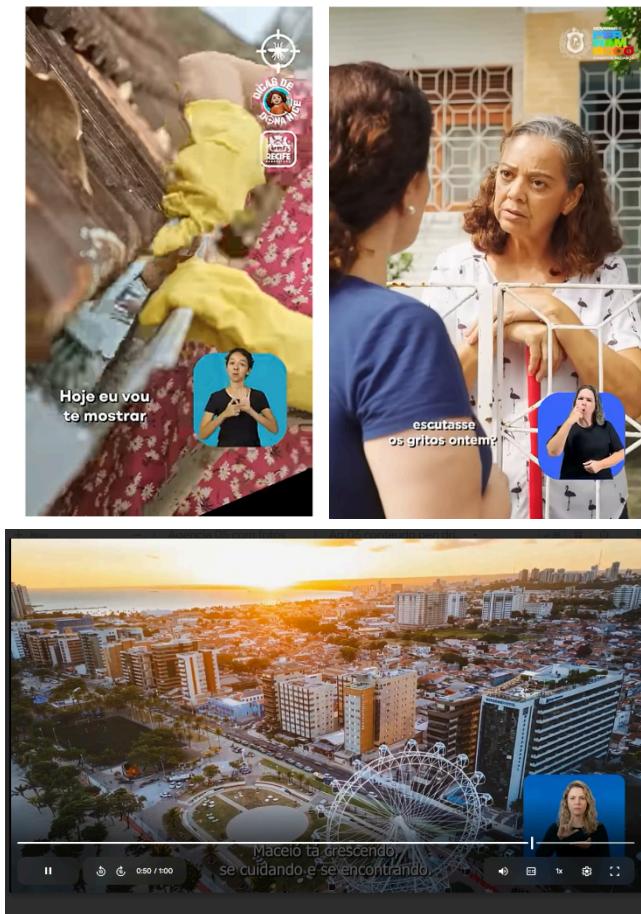
1.6.1.Os documentos, as informações e as ações e/ou peças dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

[...]

2.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas: a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

Embora o *link* disponibilizado pela Comissão Especial de Licitação contendo as propostas do Invólucro nº 3 não contemple o conteúdo do pendrive referente aos relatos dessa concorrente, ao consultar, via internet, os cases citados por ela verifica-se que todos os filmes do Município de Recife, assim como do Governo de Pernambuco, apresentam a identificação de libras com o fundo azul, da mesma forma que a ideia criativa desta licitante:





Portanto, as peças anexadas aos relatos apresentam a mesma padronização de libras, representando um sinal de identificação entre a proposta apócrifa e envelopes identificados.

O que torna cogente a promoção de diligências por parte da Comissão Especial de Licitação, pois, uma vez confirmada a identificação, a concorrente deve ser desclassificada por identificar sua proposta do Invólucro nº 1 através de um elemento que consta no Invólucro nº 3.

3. DOS PEDIDOS E REQUERIMENTOS

Ante o exposto, requer:

- a) o conhecimento e o provimento do presente recurso administrativo, por ser próprio, tempestivo e devidamente fundamentado;
- b) a revisão das notas técnicas atribuídas à Recorrente, com a consequente majoração da nota técnica atribuída ao Plano de Implementação, para que lhe seja conferida a pontuação máxima de 20 pontos;

- c) a desclassificação da proposta técnica da concorrente Mind Consultoria Ltda. ou, pelo menos, a diminuição da pontuação atribuída a ela, considerando as inconsistências supracitadas;
- d) a desclassificação da proposta técnica da concorrente EBM Quintto Comunicação Ltda. ou, ao menos, a redução da pontuação atribuída a ela, diante das irregularidades indicadas acima;
- e) a desclassificação da proposta técnica da concorrente Agência Um BCA Propaganda Ltda., sopesando as impropriedades retro mencionadas;
- f) em decorrência das majorações e minorações requeridas, a reclassificação geral das propostas técnicas, com a adequada recomposição do resultado do julgamento.

Termos em que pede e espera provimento.

Maceió/AL, 2 de fevereiro de 2026.



SIGNATÁRIO

LUA PROPAGANDA LTDA.

P.P. Laís de Almeida Campos

