

A CÂMARA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO
À Comissão Permanente de Licitação

Concorrência n.º 002/2024

C.M.R.P.	
Proc.	12014125
Fl.	04
Rub.	K

Lume Comunicação Ltda, pessoa jurídica de Direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 65.146.375/0001-00, com sede a Rua Viamão nº 997, Bairro Alto Barroca, Belo Horizonte vem respeitosamente a Vossa presença, apresentar

Recurso Administrativo

Ao julgamento da Subcomissão técnica que retirou a pontuação conquistada pela recorrente, nos motivos abaixo expendidos

1.

Do Rebaixamento da Nota da LUME

Desproporcionalidade Em análise nos recursos apresentados pelas licitantes, a Subcomissão entendeu por rebaixar a nota da LUME em 0.4 pontos

I. RECURSO DA HOLD CONTRA A LUME

- 1. Erro no cálculo da planilha orçamentária – Audio Ads não incluído no valor final:**
Foi verificado que o valor referente ao item "Audio Ads" não foi somado na planilha final apresentada pela Lume Comunicação. Tal omissão, embora não configure extrapolação orçamentária direta, compromete a clareza da proposta e dificulta a sua análise.
— **Decisão:** Redução de **0,4 pontos** da pontuação técnica da Lume.
- 2. Uso de programa extinto na grade de TV – “Chega Mais” (SBT):**
Confirmou-se que o programa não está mais em exibição. No entanto, a Subcomissão considera que a desatualização da informação não comprometeu significativamente o planejamento proposto, podendo ser atribuída à dificuldade de obtenção da informação à época, observado ainda, que a publicação do edital data de antes do programa ter sido descontinuado.
— **Decisão:** Sem redução de pontos.



Houve a redução da pontuação em 0.4 da recorrente LUME, sob a justificativa de que o item "Audio Ads" não foi somado na planilha final apresentada.

Não é correta tal afirmativa, e não corresponde a verdade, conforme comprovaremos, por três fundamentos objetivos:

C.M.R.P.	
Proc.	12014/25
Fl.	05
Rub.	1

1. **O Audio Ads está corretamente incluído na categoria de Mídia Programática**, conforme a estrutura apresentada no Plano de Comunicação. Trata-se de um formato digital de veiculação automatizada, plenamente enquadrado como mídia programática, conforme uso e práticas consagradas do mercado. Para comprovar isso, segue anexo a tabela da empresa que usamos como referência no plano. Isso está demonstrado de forma objetiva na tabela da empresa Cybba, veículo sugerido para a entrega, onde consta o Áudio Ads com o valor de **R\$ 5.200,00**, veiculado nas plataformas Spotify, Deezer e equivalentes.
2. **O valor do Audio Ads (R\$ 5.200,00) está explicitamente contemplado dentro do montante global da mídia programática (R\$ 14.200,00), conforme consta da documentação assinada pela Cybba**, juntada a este recurso.

O fato de que não houve uma "divisão visual" não destacada individualmente na planilha resumo, **não compromete a clareza, integridade e exatidão do investimento previsto**, nem tampouco configura omissão técnica.

cýbba

Mídia Programática									
OBJETIVO DA CAMPANHA	STRATÉGIA / CANAL	FORMATO	LOCAL	PERÍODO	UNIDADE	CUSTO	DESCONTO	VALOR	
Awareness - Engajamento / Alcance	Display	Banner	Ribeirão Preto	10 dias	CPM	R\$ 24,00	0%	R\$ 9.000,00	
Awareness - Engajamento / Alcance	Spotify, Deezer, etc.	Spot 30"	Ribeirão Preto	10 dias	CPM	R\$ 56,00	0%	R\$ 5.200,00	

Valores de tabela, sujeito a negociação

Vitor Campos
VIAIR CAMPANHA DE OUVIURA LUMÉ
SISTEMAS DE MÍDIA

DATA: 16/12/2024



Lume Comunicação Eireli
CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011
Rua Viamão, 997, Casa 1 - Alto Barroca - 30431-020
Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526-5555

Quadro Resumo										
Mídia / Peças	Descrição	Est.	Quant. Prod.	Período	Valorização	%Valorização	Produção	% Produção	Total	
TV	Veiculação e produção de VT 30" e redução de somaria 15"	230	2	30 dias	R\$ 221.260,00	20,54%			R\$ 149.062,00	
Imagem TV	Veiculação de VT 30" e mesma de TV	57.772	-	90 dias	R\$ 5.200,00	1,21%	R\$ 27.800,00	6,54%	R\$ 5.200,00	
Cinema	Veiculação de VT 30" e mesma de TV	-	-	20 dias	R\$ 10.150,00	4,27%			R\$ 10.150,00	
Página	Veiculação e produção de spot 30"	810	1	90 dias	R\$21.006,00	14,59%	R\$ 1.300,00	0,31%	R\$ 43.706,00	
Jornal	Veiculação de banner no site do jornal	1	-	1 inserção	R\$6.174,75	1,45%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 6.174,75	
Revista	Veiculação de anúncios página dupla	1	-	1 semana	R\$5.000,00	1,10%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 5.000,00	
Outdoor	Veiculação e produção de 2 telas para outdoor, formato 3x3m.	14	14	20 dias	R\$15.900,00	3,74%	R\$ 2.300,00	0,56%	R\$ 10.200,00	
Frontlight	Veiculação e produção de 2 telas para frontlight, tamanho 3x3m e 15x3m.	2	2	10 dias	R\$24.975,00	8,90%	R\$ 5.070,00	1,29%	R\$ 30.025,00	
Panel de Led	Veiculação e produção de vídeo 10" para panel de led	1	1	10 dias	R\$11.237,50	2,64%	R\$ 1.300,00	0,31%	R\$ 12.537,50	
Programática Banner	Veiculação de banners internet	191.667	-	90 dias	R\$14.200,00	3,24%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 14.200,00	
Youtube	Veiculação de VT 30" e mesma de TV. Valor de produção já apresentado no item TV	430.000	-	90 dias	R\$11.200,00	2,64%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 11.200,00	
WhatsApp	Veiculação de imagem e texto	23.000	-	90 dias	R\$6.500,00	1,40%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 6.500,00	
Site	Veiculação de informe publicitário e banner pop	-	-	90 dias	R\$1.000,00	1,00%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,000,00	
Redes Sociais	Veiculação de diversos posts para redes sociais	-	-	90 dias	R\$ 30.500,00	7,27%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 30.500,00	
Ação - Experiência Digital e Interativa	Estrutura física para evento (mesas, cadeiras, tendas) Alugue de sistema eletrônico (touch) todos com projeto (art, sig) e raster. Equipe de apoio técnico e operacional.	-	-	3 semana	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 46.000,00	10,34%	R\$ 46.000,00	
Cartão Digital	Cartão digital enviado para escolas e disponibilizado no site. Apesar de não ter circulação, neste caso, não se aplica.	-	-	90 dias	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	
Total					R\$ 340.991,25	80,25%	R\$ 83.910,00	19,75%	R\$ 424.901,25	

A Subcomissão, ao aplicar penalidade de 0,4 pontos à Lume, incorreu em excesso, visto que a alegada omissão não resultou em falha de planejamento, descompasso orçamentário ou prejuízo à compreensão da estratégia.

A penalização foi desproporcional, pois desconsidera que o valor do "Audio Ads" foi claramente apresentado em tabela específica do planejamento e já estava somado no valor final da mídia programática.

No caso em debate, nos parece ser uma atitude desproporcional e desarrazoada, retirar a pontuação da licitante LUME em 0.4 pontos, por uma falha tão inócua, porquanto agir com razoabilidade e proporcionalidade significa que a Administração Pública deve ter sempre em vista, de um lado, atender ao interesse público e, de outro, à finalidade específica.

Carlos Pinto Coelho Motta, em seu livro "Gestão Fiscal e Resolutividade nas Licitações", explica de forma clara:

"Reputa-se formal, e por conseguinte inessencial, a falha que não tem o condão de afetar a essência da proposta, a manifestação de vontade do proponente. Quanto à documentação, a tendência doutrinária mais nítida é no sentido da aceitação do acervo documental daquele que evidencie o preenchimento das



exigências legais, mesmo não tendo sido observada a norma estrita, delimitada no edital.

Em vista da finalidade ainda maior da licitação – que é a busca da proposta mais vantajosa, a de menor preço, em modalidade propositadamente despojada de maiores burocratismos. E, nesse passo, o princípio da razoabilidade e proporcionalidade se une ao uso da legalidade para autorizar a suspensão do defeito".

Marino Pazzaglini Filho, em "Princípios Constitucionais Reguladores da Administração Pública", também compartilha o mesmo entendimento:

"a aplicação desses princípios (razoabilidade e proporcionalidade) significa examinar, por um lado, os fatos concretos, que ensejam a conduta da Administração Pública, ostentam motivos razoáveis e, por outro lado, se a medida simplesmente é, além de pertinente, adequada e suficiente para o atendimento efetivo ao fim público (resultado prático de interesse da sociedade) necessária e exigível para alcançá-lo; e proporcional ao binômio benefício e ônus para a coletividade".

O emprego de formalidades exageradas acaba por frustrar a celeridade das contratações. De mais a mais, o apego irrestrito às cláusulas editalícias, em alguns casos, também só contribuirá para a ineficiência dos trabalhos conduzidos pela comissão. As atribuições da comissão de licitação facultam-lhe decidir sobre algumas questões, dentre elas aquelas que não afetam em absoluto a legalidade do certame.

2.

Da Desigualdade no Tratamento das Notas das Licitantes

Na análise do recurso contra a Hold Comunicação, foi identificada a extrapolação do período da campanha, que está claramente limitada a 90 dias pelo edital. A proposta da Hold prevê 120 dias de veiculação da ação com Totem, o que constitui uma infração direta às regras do edital.

Apesar disso, a Subcomissão reduziu apenas 0,2 pontos da pontuação da Hold, tratando como infração menor uma violação objetiva ao edital. Por outro lado, a Lume foi penalizada com 0,4 pontos por uma suposta omissão de valor, ainda que esse valor esteja presente no escopo de mídia programática e documentado formalmente.



Essa discrepância fere os princípios da isonomia, proporcionalidade e julgamento objetivo. O equilíbrio entre as decisões é essencial para garantir a lisura do processo. Penalizações mais severas para omissões formais (sem impacto prático) e tolerância a infrações substanciais (como descumprimento de prazo estipulado em edital) geram insegurança jurídica e desequilíbrio entre os participantes.

O edital, em seu item 13.4, alíneas II e II, e também no item III do plano de mídia, exige expressamente que os licitantes identifiquem os veículos de divulgação de forma clara, com indicação de valores e formatos associados a cada veículo.

No entanto, a proposta da empresa Hold Comunicação omitiu essa informação em diversas partes do planejamento de mídia exterior, listando apenas o meio (por exemplo, outdoor ou frontlight), sem especificar os veículos responsáveis pela veiculação.

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

Essa omissão configura descumprimento explícito das exigências do edital, já que compromete a transparência, a rastreabilidade dos investimentos e a viabilidade técnica da proposta.

Apesar disso, a Subcomissão Técnica não aplicou qualquer penalidade por essa falha, o que agrava ainda mais a desproporcionalidade em relação à avaliação da proposta da Lume.



**3.
Requerimento**

C.M.R.P.	
Proc.	22014/25
Fl.	09
Rub.	X

Pela exposição dos argumentos acima lançados, ante a não observância do estatuído no edital relativo requer:

a) A revisão da nota atribuída à proposta da Lume Comunicação, com a restituição de 0,4 pontos à sua pontuação técnica, reconhecendo que o valor do "Audio Ads" foi devidamente incluído na proposta dentro da mídia programática;

b) A revisão da penalização atribuída à Hold Comunicação, diante da infração objetiva ao período de campanha estipulado no edital;

c) A análise e aplicação de penalidade correspondente à omissão dos veículos de comunicação na proposta da Hold Comunicação, conforme previsão expressa do edital.

Belo Horizonte, 02 de junho 2025.

MOISES JUNIO Assinado de forma digital
por MOISES JUNIO
ROSA:315068 ROSA:31506844634
44634 Dados: 2025.06.02
16:52:50 -03'00'

**Moisés junio Rosa – Diretor
Lume Comunicação Eireli**

