

ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM – ES

Processo Administrativo nº 21.649/2024

Concorrência Pública nº 001/2025

Objeto: Contratação de Agência de Publicidade

CONTEÚDO GESTÃO DE IDEIAS LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 08.541.850/0001-09, com sede na Av. Cristiano Dias Lopes Filho, bairro Gilberto Machado, Cachoeiro de Itapemirim/ES, representada por seu sócio-administrador, **GUSTAVO COELHO FONTANA**, nos termos do edital supramencionado e da legislação vigente (Lei 14.133/21 e Lei 12.232/10), vem, respeitosamente, apresentar o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

Em face do resultado do julgamento da proposta técnica realizado pela subcomissão técnica, no qual a recorrente figurou em segundo lugar, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas:

1. DA TEMPESTIVIDADE

A publicação do resultado da avaliação técnica ocorreu em 31 de Março de 2025, sendo o presente recurso interposto dentro do prazo legal de 3 (cinco) dias úteis, conforme disposto no art. 151 da Lei nº 14.133/2021. Dessa forma, o recurso deve ser integralmente conhecido e analisado.

2. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente foi classificada em segundo lugar, tendo ficado com nota inferior à empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP. Ocorre que o julgamento da proposta tido como a melhor para o ente público está eivada de erros técnicos e jurídicos que não foram avaliados corretamente pela comissão competente, pois a induziram a erro em diversos pontos.

Além de demonstrar claro desconhecimento dos contextos sociais e políticos locais, a proposta não cumpriu os requisitos do edital e apresentou elementos que a favoreceram em detrimento das demais, ferindo a isonomia, como, por exemplo, utilização de preços

HÁ 18 ANOS A AGÊNCIA MAIS PREMIADA DO SUL DO ESPÍRITO SANTO.
VENCEDORA DO PRÊMIO REGIONAL COLIBRI 2024

inferiores às tabelas de preços aplicáveis pelos fornecedores locais, fazendo com que pudessem propor algo inalcançável – uma vez que abaixo do preço de mercado.

Por estas razões e nas demais a serem apresentadas, o presente recurso requer a revisão das notas e classificação das propostas julgadas no certame.

3. DAS RAZÕES PARA A REVISÃO DO JULGAMENTO

3.1. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E DESCUMPRIMENTO AO BRIEFING PUBLICITÁRIO

A proposta técnica apresentada pela empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP, intitulada “Se o cachoeirense Tá ON, a Câmara Tá ON”, busca adotar uma linguagem moderna e de fácil assimilação, mas peca por sua superficialidade, falta de consistência conceitual e total desconexão com a identidade institucional da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim.

O slogan proposto, apesar de apelativo, é raso e genérico não estabelecendo qualquer vínculo real com os valores, princípios ou objetivos estratégicos delineados no briefing.

Trata-se de uma construção meramente publicitária, sem qualquer profundidade temática com a Câmara Municipal e incapaz de gerar identificação entre a gestão legislativa e a população cachoeirense.

As peças publicitárias que acompanham a proposta carecem de consistência técnica e criativa. Não apresentam uma narrativa integrada entre os meios de comunicação propostos. Falta conexão entre o conceito e a aplicação prática das peças. Por exemplo, não há clareza sobre como a campanha se desdobraria no digital, no impresso, na TV e no rádio de forma convergente e complementar. Essa desconexão prejudica não apenas o entendimento da proposta, mas principalmente sua eficácia comunicacional.

Não bastasse a insuficiência técnica da estratégia de comunicação, a proposta apresentada pela empresa QUEST **incorre em falha grave logo em um dos pontos mais objetivos do briefing do edital: a obrigatoriedade de indicação do período da campanha publicitária.**

Conforme estabelecido de forma clara no documento orientador do certame, “A agência de propaganda deve indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação”.

Senão vejamos do próprio edital:



CÂMARA MUNICIPAL DE
CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM
ESPÍRITO SANTO
CMCI online

Praça Jerônimo Monteiro, 70, Centro
Cachoeiro de Itapemirim/ES
CEP: 29300-170
Fone: +55 28 3526-5622
presidenciacmci@cachoeirodeitapemirim.es.leg.br

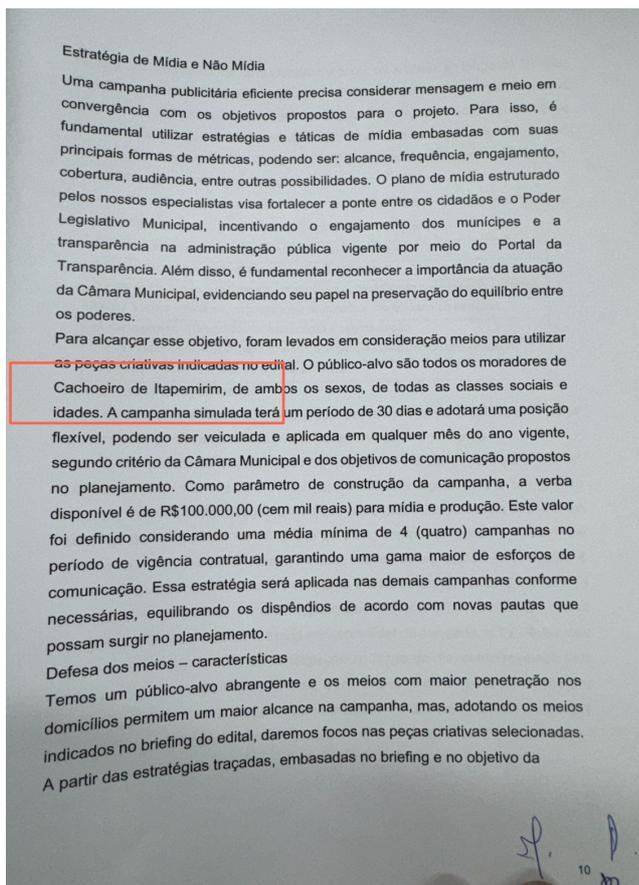
Período:

A agência de propaganda deve indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação.

Verba Referencial para Investimento:

Considera-se verba limite o valor objeto desta licitação (R\$400.00,00 – quatrocentos mil reais). Porém é interessante que a agência leve em consideração que, na prática, esta verba é para utilização ao longo de toda a vigência do contrato, podendo mais de uma campanha ser solicitada pela contratante neste período.

Ocorre que a empresa QUEST em seu plano estratégico de comunicação não apresenta um período claro de campanha publicitária, conforme exigido pelo briefing – descumprindo essencialmente a regra do certame. Tão somente deixando a cargo de “por um período de 30 dias” sem informar quando se daria, e informando que poderia ser a qualquer mês.



Conforme a proposta classificada em primeiro lugar **NÃO CUMPRIU A EXIGÊNCIA EDITALÍCIA**, violou diretamente uma cláusula técnica essencial, comprometendo a conformidade da proposta com os critérios do edital.

HÁ 18 ANOS A AGÊNCIA MAIS PREMIADA DO SUL DO ESPÍRITO SANTO.
VENCEDORA DO PRÊMIO REGIONAL COLIBRI 2024

O descumprimento do edital, na forma do item do Briefing, seria o suficiente para desqualificar a proposta apresentada pela empresa QUEST.

A não oposição do período da campanha exigido, dificulta a análise da proposta, de modo que ainda concede uma vantagem indevida dada a suposta “flexibilidade” que as demais propostas que cumprem um cronograma adequado não possuem. Fere portanto além da **legalidade**, com o descumprimento do edital, a **isonomia** entre os participantes que cumpriram com a oposição de um cronograma completo.

Além do vício formal, essa omissão tem impactos substanciais na análise técnica do planejamento de mídia. A proposta apresenta um cronograma genérico, estabelecendo uma veiculação “flexível” de 30 dias, sem qualquer vinculação com o calendário institucional da cidade ou da Câmara Municipal. **Esse tipo de formulação imprecisa impede a avaliação objetiva do impacto da campanha e dificulta a verificação da compatibilidade entre a proposta e o momento adequado de execução.**

Veja-se que a proponente classificada cuja proposta requeremos seja avaliada, desconhece completamente os contextos municipais, pois além de ter sede na cidade de São Paulo, não se preocupou com as datas relevantes para o município. Deixando claro que a proposta de comunicação é genérica e não se prende aos valores apontados no briefing.

Como exemplo evidente, nota-se a total ausência de menção ao mês de junho, quando ocorrem as comemorações do aniversário do município — um período naturalmente estratégico para ações de comunicação pública, dada a alta mobilização social. Ignorar essa janela de oportunidade demonstra despreparo e falta de sensibilidade local, além de comprometer a efetividade da campanha.

A comunicação pública, para ser eficaz, precisa dialogar com o contexto em que se insere; ao omitir o período e ignorar datas relevantes, a proposta da QUEST torna-se frágil, genérica e incapaz de garantir o retorno institucional esperado.

Assim sendo, por não cumprir o que foi exigido no briefing, acarretando em vantagem indevida para a proponente, deve ser julgada a desclassificação da proponente QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP.

De outra forma, caso não seja desclassificada, requer sejam revistas as notas dadas ao plano de comunicação publicitário, pelos termos acima delineados.

Requer decisão fundamentada sobre os aspectos técnicos publicitários acima debatidos.

3.2 DAS FALHAS NO PLANEJAMENTO DE MÍDIA – MÍDIA ONLINE – INEXEQUIBILIDADE DA PROPOSTA

Outro ponto que merece destaque, pela sua gravidade e impacto direto na eficácia da campanha, diz respeito à estratégia de mídia e não mídia apresentada pela empresa QUEST, que se mostra claramente inconsistente, frágil e desalinhada com os objetivos do edital.

A proposta não apenas apresenta fragilidade estrutural estratégica como também demonstra um evidente desconhecimento da realidade local e da lógica técnica necessária para estruturar uma campanha publicitária institucional eficiente.

Em sua essência, uma estratégia de mídia deve ser construída com base em dados concretos sobre o perfil da população, os hábitos de consumo de informação, a distribuição geográfica e o comportamento da audiência em diferentes meios.

No entanto, o que se observa na proposta da QUEST é uma abordagem simplista, quase genérica, em que a escolha dos veículos, formatos e períodos de veiculação não segue critérios objetivos nem leva em consideração as características culturais, sociais e econômicas da população de Cachoeiro de Itapemirim.

A licitante, em sua proposta, até apresenta justificativas para a composição de sua estratégia de comunicação. Contudo, tais justificativas, tanto no texto descritivo quanto na exemplificação da estratégia de mídia, carecem de fundamentação técnica e não se sustentam quando confrontadas com a execução prevista e os dados efetivamente apresentados nos anexos da proposta.

A proposta promete, mas não entrega. Afirma que alcançará determinado impacto, cita o uso de determinados veículos e períodos de veiculação, mas ao exemplificar e quantificar sua proposta na simulação de mídia, não comprova viabilidade técnica, operacional nem financeira para atingir o resultado prometido.

Trata-se de um descolamento entre o que se propõe na retórica da estratégia e o que efetivamente se comprova na parte operacional do plano – em especial quanto a aferição dos valores.

A discrepância entre a retórica da comunicação e a apresentação fática da estratégia compromete a integridade da proposta e induz a Comissão de Licitação a erro, pois uma proposta que promete alto impacto com baixo custo e sem detalhamento compatível pode parecer, em tese, economicamente vantajosa, quando na verdade é inexecutável.

No campo da mídia da proposta, a distribuição entre os meios é desproporcional, **os valores são incongruentes com as tabelas vigentes dos veículos locais** e há ausência de justificativa para a escolha de determinados canais em detrimento de outros com maior penetração local.

Já no campo de não mídia, inexistente um plano articulado de ações complementares, de engajamento cidadão ou de visibilidade institucional que atenda às diretrizes do edital. A proposta, nesse sentido, demonstra-se tecnicamente frágil, superficial e carente de planejamento estratégico real.

Dessa forma, a estratégia de mídia e não mídia apresentada pela QUEST não apenas revela falhas estruturais graves, como também constrói uma falsa expectativa de entrega, comprometendo a veracidade da proposta e prejudicando um julgamento objetivo.

É uma proposta que, na prática, desinforma, induz ao erro e compromete a busca pela melhor solução para a Administração Pública. A seguir, apresentamos pontos que merecem especial atenção e análise criteriosa por parte desta Comissão.

TABELA
COMERCIAL

• **QUER SABER? AQUINOTICIAS.COM**

Conheça as nossas possibilidades. Valores vigentes até 31/12/2025

SUPER BANNER (TOPO)

Tamanho desktop (pixels): 970x90
Tamanho mobile (pixels): 640x120
Peso (kb) médio: 60kb
Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG
Aparece na home e editorias internas
VALOR: R\$ 128,00 cpm

BANNER INTERMEDIÁRIO

Tamanho (pixels): 970x250 pixels
Peso (kb) médio: 60kb
Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG
Aparece na home e editorias internas
VALOR: R\$ 128,00 cpm

VÍDEO (POP UP)

Tamanho desktop/mobile (pixels): 560x315 pixels
Peso (kb) médio: 60kb
Extensões aceitas: MP4
Inserção na home ou páginas internas
VALOR: R\$ 13.728 diária

CATFISH

Tamanho desktop (pixels): 970x90
Tamanho mobile (pixels): 640x120
Peso (kb) médio: 60kb
Aparece na home e em todas editorias
Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG
VALOR: R\$ 12.012,00 diária

RETÂNGULO

Tamanho desktop/mobile (pixels): 300x250 pixels
Peso (kb) médio: 60kb
Aparece na home e editorias internas
VALOR: R\$ 128,00 cpm

MEGA FLUTUANTE (POP UP)

Tamanho desktop/mobile (pixels) 600x500 pixels
Peso (kb) médio: 60kb
Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG
Inserção na home ou páginas internas
VALOR: R\$ 12.012,00 diária

- É possível que a licitante tenha tentado aplicar a métrica de custo por mil impressões (CPM), **mas em nenhum momento a proposta faz essa menção**, o que torna a estimativa inconsistente e dificulta a análise técnica por parte da Comissão. Mesmo se fosse CPM, o valor proposto de R\$ 6.400,00 também não se sustentaria, pois a média de CPM vigente é de R\$ 1.280,00/dia.

Verifica-se, portanto, que além de apresentar uma coisa no plano de comunicação e outra na tabela de execução, há graves incongruências nos valores e períodos apresentados na proposta, de forma que levaram os julgadores a erro e apresentaram dois contextos díspares que não condizem com uma melhor proposta para o ente público.

Diante disso, requer seja reavaliada a proposta com análise técnica e jurídica, para o fim de desclassificar e, alternativamente, rever o julgamento da proposta apresentada pela empresa QUEST.

3.4 DA UTILIZAÇÃO DE VALORES DE JORNAIS IMPRESSOS FORA DA TABELA VIGENTE – VÍCIO INSANÁVEL

A proposta da empresa QUEST apresenta inconsistência grave no que diz respeito aos valores indicados para veiculação em jornal impresso. **OS VALORES UTILIZADOS NA PROPOSTA DE PREÇO NÃO CORRESPONDEM AOS VALORES DE TABELA CHEIA VIGENTES A EPOCA DA PUBLICAÇÃO OFICIAL DO AVISO DE LICITAÇÃO**, ocorrida em 15 de janeiro de 2025.

ESPÍRITO SANTO DE **Fato**

Tabela de Preços 2024/2025

Jornal impresso:

1 página (26cm largura x 32cm altura) R\$ 6.000,00

½ página (26cm largura x 16cm altura) R\$ R\$ 3.000,00

Rodapé duplo (26cm largura x 8cm altura) R\$ 2000,00

¼ de página (13cm largura x 16cm altura) R\$ 1500,00

Rodapé (26cm largura x 05 cm altura) R\$ 1000,00

Assim sendo, uma vez que a concorrente classificada em primeiro lugar alcançou as notas de forma indevida, a partir de vantagem obtida indevidamente com o uso de valores subavaliados na proposta, descumprindo as regras do certame que estipulavam a tabela de preços a ser utilizada, merece ser desclassificada a proposta e a proponente.

3.5 DAS FALHAS NA ESTRATÉGIA DE RÁDIO

A empresa QUEST, em sua proposta técnica, enfatiza a relevância da mídia rádio como veículo de ampla penetração e capilaridade junto à população cachoeirense. **No entanto, há uma evidente incoerência entre o discurso apresentado e a prática operacional proposta. A estratégia de mídia contempla apenas duas emissoras locais: Rádio Diocesana e Rádio Antena 1, o que revela uma abordagem limitada e pouco representativa da diversidade de perfis e faixas de audiência presentes no município.**

A Rádio Diocesana, embora tradicional na cidade, possui uma programação voltada majoritariamente ao público católico, com foco em conteúdos religiosos e institucionais da Diocese. Trata-se, portanto, de uma rádio com audiência segmentada e restrita, o que compromete seu alcance em campanhas de natureza ampla e institucional como a proposta no presente certame.

Já a Rádio Antena 1, inaugurada recentemente em Cachoeiro de Itapemirim (outubro de 2024), ainda não consolidou sua audiência local. Além disso, conforme demonstra o press kit anexo, trata-se de uma emissora com programação voltada prioritariamente às classes A e B, com foco em conteúdo musical internacional e público urbano elitizado. Esse perfil restringe ainda mais a eficácia da comunicação institucional proposta, na medida em que não abrange de forma efetiva os diferentes segmentos da sociedade, conforme exigido pelo briefing do edital.

De outra forma, a proposta ignora rádios de maior audiência local como a Rádio Litoral e a Rádio Massa.

Outro ponto que merece atenção diz respeito à discrepância entre os valores apresentados na tabela de planejamento de mídia da empresa QUEST e os valores efetivamente praticados pelos veículos locais. No caso específico da Rádio Diocesana e da Rádio Antena 1, os preços informados pela licitante estão consideravelmente abaixo das tabelas oficiais vigentes, configurando um descumprimento direto ao item 4.3.4.3, inciso I do edital, que determina que os valores utilizados na simulação devem corresponder à tabela cheia vigente na data da publicação do aviso de licitação, ou seja, 15 de janeiro de 2025.

(Valor tabela de preços vigente Março/2025)

TABELA DE PREÇOS
Segunda a domingo

PROGRAMAÇÃO							VITÓRIA (VT)			NORTE (ES)			NOROESTE (CO)			SUL (GA)			ESTADO			
PERÍODO	CÓD.	DIA	HORA	PROGRAMA	COEF IS*		30	15	60	30	15	60	30	15	60	30	15	60	30	15	60	
HORA		Seg a Sex	04:00	HORA UM																		
MARÇO					0,5		R\$ 504,00	R\$ 252,00	R\$ 1.008,00	R\$ 154,00	R\$ 77,00	R\$ 308,00	R\$ 112,00	R\$ 56,00	R\$ 224,00	R\$ 145,00	R\$ 72,50	R\$ 290,00	R\$ 915,00	R\$ 457,50	R\$ 1.830,00	
ABRIL					0,5		R\$ 504,00	R\$ 252,00	R\$ 1.008,00	R\$ 154,00	R\$ 77,00	R\$ 308,00	R\$ 112,00	R\$ 56,00	R\$ 224,00	R\$ 145,00	R\$ 72,50	R\$ 290,00	R\$ 915,00	R\$ 457,50	R\$ 1.830,00	
MAIO					0,5		R\$ 504,00	R\$ 252,00	R\$ 1.008,00	R\$ 154,00	R\$ 77,00	R\$ 308,00	R\$ 112,00	R\$ 56,00	R\$ 224,00	R\$ 145,00	R\$ 72,50	R\$ 290,00	R\$ 915,00	R\$ 457,50	R\$ 1.830,00	
JUNHO					0,5		R\$ 504,00	R\$ 252,00	R\$ 1.008,00	R\$ 154,00	R\$ 77,00	R\$ 308,00	R\$ 112,00	R\$ 56,00	R\$ 224,00	R\$ 145,00	R\$ 72,50	R\$ 290,00	R\$ 915,00	R\$ 457,50	R\$ 1.830,00	
BPRA		Seg a Sex	06:00	BOM DIA ES																		
MARÇO					0,5		R\$ 1.865,00	R\$ 932,50	R\$ 3.730,00	R\$ 376,00	R\$ 188,00	R\$ 752,00	R\$ 276,00	R\$ 138,00	R\$ 552,00	R\$ 388,00	R\$ 194,00	R\$ 776,00	R\$ 2.905,00	R\$ 1.452,50	R\$ 5.810,00	
ABRIL					0,5		R\$ 1.865,00	R\$ 932,50	R\$ 3.730,00	R\$ 376,00	R\$ 188,00	R\$ 752,00	R\$ 276,00	R\$ 138,00	R\$ 552,00	R\$ 388,00	R\$ 194,00	R\$ 776,00	R\$ 2.905,00	R\$ 1.452,50	R\$ 5.810,00	
MAIO					0,5		R\$ 1.865,00	R\$ 932,50	R\$ 3.730,00	R\$ 376,00	R\$ 188,00	R\$ 752,00	R\$ 276,00	R\$ 138,00	R\$ 552,00	R\$ 388,00	R\$ 194,00	R\$ 776,00	R\$ 2.905,00	R\$ 1.452,50	R\$ 5.810,00	
JUNHO					0,5		R\$ 1.865,00	R\$ 932,50	R\$ 3.730,00	R\$ 376,00	R\$ 188,00	R\$ 752,00	R\$ 276,00	R\$ 138,00	R\$ 552,00	R\$ 388,00	R\$ 194,00	R\$ 776,00	R\$ 2.905,00	R\$ 1.452,50	R\$ 5.810,00	
NBRA		Seg a Sex	08:30	BOM DIA BRASIL																		
MARÇO					0,5		R\$ 1.797,00	R\$ 898,50	R\$ 3.594,00	R\$ 333,00	R\$ 166,50	R\$ 666,00	R\$ 259,00	R\$ 129,50	R\$ 518,00	R\$ 458,00	R\$ 229,00	R\$ 916,00	R\$ 2.847,00	R\$ 1.423,50	R\$ 5.694,00	
ABRIL					0,5		R\$ 1.797,00	R\$ 898,50	R\$ 3.594,00	R\$ 333,00	R\$ 166,50	R\$ 666,00	R\$ 259,00	R\$ 129,50	R\$ 518,00	R\$ 458,00	R\$ 229,00	R\$ 916,00	R\$ 2.847,00	R\$ 1.423,50	R\$ 5.694,00	
MAIO					0,5		R\$ 1.797,00	R\$ 898,50	R\$ 3.594,00	R\$ 333,00	R\$ 166,50	R\$ 666,00	R\$ 259,00	R\$ 129,50	R\$ 518,00	R\$ 458,00	R\$ 229,00	R\$ 916,00	R\$ 2.847,00	R\$ 1.423,50	R\$ 5.694,00	
JUNHO					0,5		R\$ 1.797,00	R\$ 898,50	R\$ 3.594,00	R\$ 333,00	R\$ 166,50	R\$ 666,00	R\$ 259,00	R\$ 129,50	R\$ 518,00	R\$ 458,00	R\$ 229,00	R\$ 916,00	R\$ 2.847,00	R\$ 1.423,50	R\$ 5.694,00	
ENCT		Seg a Sex	09:30	ENCONTRO																		
MARÇO					0,5		R\$ 1.612,00	R\$ 806,00	R\$ 3.224,00	R\$ 303,00	R\$ 151,50	R\$ 606,00	R\$ 233,00	R\$ 116,50	R\$ 466,00	R\$ 416,00	R\$ 208,00	R\$ 832,00	R\$ 2.564,00	R\$ 1.282,00	R\$ 5.128,00	
ABRIL					0,5		R\$ 1.612,00	R\$ 806,00	R\$ 3.224,00	R\$ 303,00	R\$ 151,50	R\$ 606,00	R\$ 233,00	R\$ 116,50	R\$ 466,00	R\$ 416,00	R\$ 208,00	R\$ 832,00	R\$ 2.564,00	R\$ 1.282,00	R\$ 5.128,00	
MAIO					0,5		R\$ 1.612,00	R\$ 806,00	R\$ 3.224,00	R\$ 303,00	R\$ 151,50	R\$ 606,00	R\$ 233,00	R\$ 116,50	R\$ 466,00	R\$ 416,00	R\$ 208,00	R\$ 832,00	R\$ 2.564,00	R\$ 1.282,00	R\$ 5.128,00	
JUNHO					0,5		R\$ 1.612,00	R\$ 806,00	R\$ 3.224,00	R\$ 303,00	R\$ 151,50	R\$ 606,00	R\$ 233,00	R\$ 116,50	R\$ 466,00	R\$ 416,00	R\$ 208,00	R\$ 832,00	R\$ 2.564,00	R\$ 1.282,00	R\$ 5.128,00	
MAVO		Seg a Sex	10:35	MAIS VOCÊ																		
MARÇO					0,5		R\$ 1.578,00	R\$ 789,00	R\$ 3.156,00	R\$ 387,00	R\$ 193,50	R\$ 774,00	R\$ 306,00	R\$ 153,00	R\$ 612,00	R\$ 444,00	R\$ 222,00	R\$ 888,00	R\$ 2.715,00	R\$ 1.357,50	R\$ 5.430,00	
ABRIL					0,5		R\$ 1.578,00	R\$ 789,00	R\$ 3.156,00	R\$ 387,00	R\$ 193,50	R\$ 774,00	R\$ 306,00	R\$ 153,00	R\$ 612,00	R\$ 444,00	R\$ 222,00	R\$ 888,00	R\$ 2.715,00	R\$ 1.357,50	R\$ 5.430,00	
MAIO					0,5		R\$ 1.578,00	R\$ 789,00	R\$ 3.156,00	R\$ 387,00	R\$ 193,50	R\$ 774,00	R\$ 306,00	R\$ 153,00	R\$ 612,00	R\$ 444,00	R\$ 222,00	R\$ 888,00	R\$ 2.715,00	R\$ 1.357,50	R\$ 5.430,00	
JUNHO					0,5		R\$ 1.578,00	R\$ 789,00	R\$ 3.156,00	R\$ 387,00	R\$ 193,50	R\$ 774,00	R\$ 306,00	R\$ 153,00	R\$ 612,00	R\$ 444,00	R\$ 222,00	R\$ 888,00	R\$ 2.715,00	R\$ 1.357,50	R\$ 5.430,00	
PTV1		Seg a Sáb	11:45	GAZETA MEIO DIA																		
MARÇO					0,5		R\$ 3.683,00	R\$ 1.841,50	R\$ 7.366,00	R\$ 1.063,00	R\$ 531,50	R\$ 2.126,00	R\$ 739,00	R\$ 369,50	R\$ 1.478,00	R\$ 1.227,00	R\$ 613,50	R\$ 2.454,00	R\$ 6.712,00	R\$ 3.356,00	R\$ 13.424,00	
ABRIL					0,5		R\$ 3.683,00	R\$ 1.841,50	R\$ 7.366,00	R\$ 1.063,00	R\$ 531,50	R\$ 2.126,00	R\$ 739,00	R\$ 369,50	R\$ 1.478,00	R\$ 1.227,00	R\$ 613,50	R\$ 2.454,00	R\$ 6.712,00	R\$ 3.356,00	R\$ 13.424,00	
MAIO					0,5		R\$ 3.683,00	R\$ 1.841,50	R\$ 7.366,00	R\$ 1.063,00	R\$ 531,50	R\$ 2.126,00	R\$ 739,00	R\$ 369,50	R\$ 1.478,00	R\$ 1.227,00	R\$ 613,50	R\$ 2.454,00	R\$ 6.712,00	R\$ 3.356,00	R\$ 13.424,00	
JUNHO					0,5		R\$ 3.683,00	R\$ 1.841,50	R\$ 7.366,00	R\$ 1.063,00	R\$ 531,50	R\$ 2.126,00	R\$ 739,00	R\$ 369,50	R\$ 1.478,00	R\$ 1.227,00	R\$ 613,50	R\$ 2.454,00	R\$ 6.712,00	R\$ 3.356,00	R\$ 13.424,00	
GESP		Seg a Sáb	13:00	GLORIO ESPORTE																		
MARÇO					0,75		R\$ 3.471,00	R\$ 2.603,25	R\$ 6.942,00	R\$ 857,00	R\$ 642,75	R\$ 1.714,00	R\$ 567,00	R\$ 425,25	R\$ 1.134,00	R\$ 969,00	R\$ 726,75	R\$ 1.938,00	R\$ 5.864,00	R\$ 4.398,00	R\$ 11.728,00	
ABRIL					0,75		R\$ 3.471,00	R\$ 2.603,25	R\$ 6.942,00	R\$ 857,00	R\$ 642,75	R\$ 1.714,00	R\$ 567,00	R\$ 425,25	R\$ 1.134,00	R\$ 969,00	R\$ 726,75	R\$ 1.938,00	R\$ 5.864,00	R\$ 4.398,00	R\$ 11.728,00	
MAIO					0,75		R\$ 3.471,00	R\$ 2.603,25	R\$ 6.942,00	R\$ 857,00	R\$ 642,75	R\$ 1.714,00	R\$ 567,00	R\$ 425,25	R\$ 1.134,00	R\$ 969,00	R\$ 726,75	R\$ 1.938,00	R\$ 5.864,00	R\$ 4.398,00	R\$ 11.728,00	
JUNHO					0,75		R\$ 3.471,00	R\$ 2.603,25	R\$ 6.942,00	R\$ 857,00	R\$ 642,75	R\$ 1.714,00	R\$ 567,00	R\$ 425,25	R\$ 1.134,00	R\$ 969,00	R\$ 726,75	R\$ 1.938,00	R\$ 5.864,00	R\$ 4.398,00	R\$ 11.728,00	
JHOJ		Seg a Sáb	13:25	JORNAL HOJE																		
MARÇO					0,75		R\$ 3.592,00	R\$ 2.694,00	R\$ 7.184,00	R\$ 729,00	R\$ 546,75	R\$ 1.438,00	R\$ 505,00	R\$ 378,75	R\$ 1.010,00	R\$ 982,00	R\$ 736,50	R\$ 1.964,00	R\$ 5.808,00	R\$ 4.356,00	R\$ 11.616,00	
ABRIL					0,75		R\$ 3.592,00	R\$ 2.694,00	R\$ 7.184,00	R\$ 729,00	R\$ 546,75	R\$ 1.438,00	R\$ 505,00	R\$ 378,75	R\$ 1.010,00	R\$ 982,00	R\$ 736,50	R\$ 1.964,00	R\$ 5.808,00	R\$ 4.356,00	R\$ 11.616,00	
MAIO					0,75		R\$ 3.592,00	R\$ 2.694,00	R\$ 7.184,00	R\$ 729,00	R\$ 546,75	R\$ 1.438,00	R\$ 505,00	R\$ 378,75	R\$ 1.010,00	R\$ 982,00	R\$ 736,50	R\$ 1.964,00	R\$ 5.808,00	R\$ 4.356,00	R\$ 11.616,00	
JUNHO					0,75		R\$ 3.592,00	R\$ 2.694,00	R\$ 7.184,00	R\$ 729,00	R\$ 546,75	R\$ 1.438,00	R\$ 505,00	R\$ 378,75	R\$ 1.010,00	R\$ 982,00	R\$ 736,50	R\$ 1.964,00	R\$ 5.808,00	R\$ 4.356,00	R\$ 11.616,00	
NISH		Seg a Sáb	14:45	NOVELA DA TARDE - EDIÇÃO ESPECIAL																		
MARÇO					0,5		R\$ 2.163,00	R\$ 1.081,50	R\$ 4.326,00	R\$ 414,00	R\$ 207,00	R\$ 828,00	R\$ 317,00	R\$ 158,50	R\$ 634,00	R\$ 569,00	R\$ 284,50	R\$ 1.138,00	R\$ 3.463,00	R\$ 1.731,50	R\$ 6.926,00	
ABRIL					0,5		R\$ 2.163,00	R\$ 1.081,50	R\$ 4.326,00	R\$ 414,00	R\$ 207,00	R\$ 828,00	R\$ 317,00	R\$ 158,50	R\$ 634,00	R\$ 569,00	R\$ 284,50	R\$ 1.138,00	R\$ 3.463,00	R\$ 1.731,50	R\$ 6.926,00	
MAIO					0,5		R\$ 2.163,00	R\$ 1.081,50	R\$ 4.326,00	R\$ 414,00	R\$ 207,00	R\$ 828,00	R\$ 317,00	R\$ 158,50	R\$ 634,00	R\$ 569,00	R\$ 284,50	R\$ 1.138,00	R\$ 3.463,00	R\$ 1.731,50	R\$ 6.926,00	
JUNHO					0,5		R\$ 2.163,00	R\$ 1.081,50	R\$ 4.326,00	R\$ 414,00	R\$ 207,00	R\$ 828,00	R\$ 317,00	R\$ 158,50	R\$ 634,00	R\$ 569,00	R\$ 284,50	R\$ 1.138,00	R\$ 3.463,00	R\$ 1.731,50	R\$ 6.926,00	
TARA		Seg a Sex	15:25	SESSÃO DA TARDE																		
MARÇO					0,5		R\$ 1.251,00	R\$ 625,50	R\$ 2.502,00	R\$ 286,00	R\$ 143,00	R\$ 572,00	R\$ 233,00	R\$ 116,50	R\$ 466,00	R\$ 339,00	R\$ 169,50	R\$ 678,00	R\$ 2.109,00	R\$ 1.054,50	R\$ 4.218,00	
ABRIL					0,5		R\$ 1.251,00	R\$ 625,50	R\$ 2.502,00	R\$ 286,00	R\$ 143,00	R\$ 572,00	R\$ 233,00	R\$ 116,50	R\$ 466,00	R\$ 339,00	R\$ 169,50	R\$ 678,00	R\$ 2.109,00			

Essa escolha da QUEST, além de ignorar os prestadores regionais mais vantajosos, evidencia mais uma vez o desconhecimento da dinâmica e dos fornecedores locais por parte da agência vencedora. Ao optar por uma empresa externa, que atua como intermediária e subcontrata estruturas já disponíveis na cidade, a proposta incorre em uma elevação injustificada dos custos de mídia, criando valores acima dos efetivamente praticados no mercado regional. Tal prática, além de comprometer a economicidade da proposta, também enfraquece o argumento de vantagem competitiva apresentada pela licitante, demonstrando que os custos poderiam ser substancialmente menores caso houvesse conhecimento e valorização dos recursos locais disponíveis.

Essa conduta, portanto, contraria o princípio da economicidade previsto no art. 70 da Constituição Federal e merece análise criteriosa por parte desta Comissão.

Essas subcontratações resultou em valores superiores aos praticados no mercado local, comprometendo diretamente o princípio da economicidade previsto no art. 70 da Constituição Federal. Como exemplos concretos, a placa localizada na Rodovia Mauro Miranda Madureira, Trevo do Acqua Center, possui valor de mercado junto à empresa Sul Outdoor, fornecedora local, no valor de R\$ 855,00. No entanto, a mesma mídia foi sugerida pela empresa QUEST a ser contratada em seu plano de estratégia por intermédio da ES Outdoor, com sede na Grande Vitória, pelo valor de R\$ 1.290,00.



RELATÓRIO DE DISPONIBILIDADE - OUTDOOR

RDO.00486/25

Gerado em: 02/04/2025

CLIENTE: EXECUTIVO VENDA:	PATRICIA RAINHA	CONTATO: TELEFONE: 4020-1307 / (28)9923-8832	EMAIL: EMAIL: patricia@suloutdoor.com.br
---------------------------------	-----------------	---	---

RELAÇÃO DE LOCAIS:

BISSEMANA 16º - 07/04/2025 à 20/04/2025

CÓDIGO	REFERÊNCIA	VALOR
	CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM	2 unidades
	CORAMARA	
ES.08.11.005	ROD. MAURO MIRANDA MADUREIRA, TREVO DO ACQUA CENTER - SENTIDO CENTRO - PLACA DA ESQUERDA	
ES.08.11.006	ROD. MAURO MIRANDA MADUREIRA, TREVO DO ACQUA CENTER - SENTIDO CENTRO - PLACA DA DIREITA	

Totalizador: 2 unidades.



ES OUTDOOR - MÍDIA EXTERIOR

ASV COMUNICAÇÃO E MÍDIA LTDA
CNPJ: 49.216.844/0001-63

Rua: Jacinto Bresciani, 22 - República
Vitória/ES - CEP:29070-065

(47) 3234-0440

WhatsApp: (27) 995219724

comercial@esoutdoor.com.br

financeiro@esoutdoor.com.br

RELATÓRIO DE PONTOS - Emissão 03/04/2025 - Orçamento: 64361



Ponto: 0811005SL

Cidade: Cachoeiro de Itapemirim

Bairro: MAURO MIRANDA MADUREIRA

Endereço: ROD. MAURO MIRANDA
MADUREIRA, TREVO DO ACQUA CENTER -
SENTIDO CENTRO - PLACA DA ESQUERDA

Medidas: 9,00 x 3,00

Valor veiculação: R\$ 1.790,00

Valor cartaz: R\$ 390,00

Valor Iona: R\$ 1.590,00

Pagamento: Liquido

Período: Bi-semana (16-18)

Obs.: 14 dias renováveis

Tipo: Outdoor

Iluminação: NÃO ILUMINADO

Localização: [Ver no mapa](#)

ESSA ESCOLHA, ALEM DE TECNICAMENTE INJUSTIFICÁVEL, DEMONSTRA A AUSÊNCIA DE PESQUISA LOCAL DE MERCADO POR PARTE DA LICITANTE, ELEVANDO ARTIFICIALMENTE OS CUSTOS DA CAMPANHA E CRIANDO UMA FALSA PERCEPÇÃO DE PLANEJAMENTO EFICIENTE.

Trata-se, portanto, de mais um exemplo concreto do desconhecimento da realidade cachoeirense e da ineficiência da proposta apresentada.

4. CONCLUSÃO E PEDIDOS

As inconsistências técnicas e financeiras na proposta da QUEST, demonstradas com base em provas documentais e cálculos objetivos, não apenas ferem o princípio da economicidade como também violam o próprio edital, concedendo vantagens indevidas à proposta que ferem a isonomia e a legalidade. Os dados apresentados são inexequíveis e induzem a Comissão de Julgamento a erro.

Diante dos argumentos apresentados, a empresa **CONTEÚDO GESTÃO DE IDEIAS LTDA** vem, respeitosamente, solicitar à Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim:

1 - **Que seja dado conhecimento pleno do presente recurso**, em conformidade com os prazos legais previstos no art. 151, da Lei nº 14.133/2021, para assegurar a devida transparência e lisura no processo licitatório, **requerendo seja julgado com análise técnica publicitária de comunicação e jurídica**, e sua respectiva fundamentação.

2 - **Que seja desclassificada a proposta apresentada pela empresa QUEST COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, diante do descumprimento de regras editalícias fundamentais que concederam vantagem indevida à proposta.

3 - **Alternativamente, que seja reavaliada a proposta para redução das notas dadas a empresa QUEST** em análise aos critérios objetivos do edital, conforme a fundamentação técnica expendida, que apontou a fragilidade e erros do plano de comunicação e as estratégias atreladas.

4 - **Que o presente recurso seja analisado por instâncias superiores**, caso a Comissão considere as falhas apontadas como não suficientes para a desclassificação da proposta ou para a redução das notas, a fim de garantir a adequação da escolha da empresa contratada ao interesse público e à integridade do processo licitatório.

Nestes termos, pede deferimento.

03 DE ABRIL DE 2025
GUSTAVO COELHO FONTANA
SÓCIO-ADMINISTRADOR
CONTEÚDO GESTÃO DE MARCAS LTDA