



DESPACHO

Processo nº 52710.003252/2024-63

À CEL

DESPACHO DECISÓRIO

PROCESSO Nº: 52710.003252/2024-63

INTERESSADO: Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA)

ASSUNTO: Análise de Recursos Administrativos – Concorrência nº 90001/2025

1. - DO RELATÓRIO

Trata-se da análise de recursos administrativos interpostos pelas licitantes DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA, VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA e SAGA PUBLICIDADE LTDA, em face do julgamento das propostas técnicas no âmbito da Concorrência nº 90001/2025, que tem por objeto a contratação de serviços de publicidade.

Após a fase de julgamento, a Subcomissão Técnica, em sua **Ata de Julgamento de Recursos SEI nº 2513201**, analisou pormenorizadamente cada um dos pontos arguidos pelas recorrentes, concluindo pela improcedência total dos pedidos de revisão de notas e de desclassificação. A Comissão Especial de Licitação (CEL), por sua vez, na **Manifestação SEI nº 2514909**, acolheu integralmente o parecer técnico, ratificando a análise e manifestando-se pela manutenção do resultado original. Nos termos do art. 165, § 2º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, os autos foram encaminhados a esta autoridade superior para deliberação e decisão final.

2. - DA ANÁLISE E FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

A competência para decidir sobre os recursos interpostos em face de atos da Comissão de Licitação é da autoridade hierarquicamente superior, conforme estabelece o art. 165, § 2º, da Lei nº 14.133/2021. A presente análise cinge-se, portanto, à verificação da regularidade do procedimento e da legalidade da decisão recorrida.

A Administração Pública é regida pelo princípio da motivação dos atos administrativos, insculpido no art. 50 da Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999. O § 1º do referido artigo autoriza a **motivação per relationem**, ou seja, a fundamentação por meio da remissão a pareceres ou outros documentos preexistentes, desde que sejam parte integrante do ato. No caso em tela, a Manifestação da CEL (SEI 2514909) e a Ata de Julgamento de Recursos (SEI 2513201) da Subcomissão Técnica apresentam fundamentação densa, clara e congruente, analisando exaustivamente as alegações das recorrentes à luz do edital e da legislação.

Verifica-se que a Comissão Especial de Licitação atuou em estrita conformidade com suas atribuições, garantindo o controle de legalidade do certame sem adentrar no mérito técnico das propostas, cuja avaliação é de competência exclusiva da Subcomissão Técnica. Tal proceder respeita o princípio da

segregação de funções e a autonomia técnica dos avaliadores, conforme jurisprudência pacífica do Tribunal de Contas da União.

A decisão da CEL, ao acolher o parecer técnico, demonstrou-se alinhada aos princípios do **julgamento objetivo** e da **vinculação ao instrumento convocatório**, uma vez que a análise recursal se ateve estritamente aos critérios definidos no edital. Não se vislumbra qualquer vício de legalidade, ofensa ao contraditório ou à ampla defesa, tendo sido assegurado a todos os licitantes o devido processo legal.

3. - **DO DISPOSITIVO**

Ante o exposto, e com fundamento na competência que me é atribuída pelo art. 165, § 2º, da Lei nº 14.133, de 2021, e com base na fundamentação exposta na Manifestação da Comissão Especial de Licitação (SEI 2514909) e na Ata de Julgamento de Recursos (SEI 2513201) da Subcomissão Técnica, as quais adoto como razões de decidir, nos termos do art. 50, § 1º, da Lei nº 9.784, de 1999, **DECIDO**:

1. **CONHECER** dos recursos interpostos pelas empresas DIGITALCOMUNICAÇÃO LTDA, VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA e SAGA PUBLICIDADE LTDA, por serem tempestivos e preencherem os pressupostos de admissibilidade.
2. No mérito, **NEGAR-LHES PROVIMENTO**, mantendo integralmente a decisão da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica.

Colocação		
Classificação	Licitante	Nota
1ª	SAGA PUBLICIDADE LTDA	97.4
2ª	VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICACA0 INTEGRADA LTDA	97.2
3ª	DIGITAL COMUNICACAO LTDA	93.6
4ª	THERA PUBLICIDADE LTDA	Desclassificada

Determino, por fim, o retorno dos autos à Comissão Especial de Licitação para que dê prosseguimento aos demais atos do certame.

Atenciosamente,



Documento assinado eletronicamente por **Carlito de Holanda Sobrinho**, Superintendente Adjunto de **Administração**, em 10/03/2026, às 14:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida na http://www.sei.suframa.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2517229** e o código CRC **1817EFCA**.

Referência: Processo nº 52710.003252/2024-63

SEI nº 2517229



Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços
Superintendência da Zona Franca de Manaus
Comissão Especial de Leilão - Portaria nº 1601/2025

RECURSO ADMINISTRATIVO

Processo nº 52710.003252/2024-63

Interessado: As Unidades Administrativas da Suframa, (SUFRAMA/MANAUS)

Concorrência 90001/2025 - SUFRAMA

Fase Recursal após a 2ª Sessão

Manifestação da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

1. RELATÓRIO

1.1. Trata-se da Concorrência 90001/2025, a qual tem por objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 1 (uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, publicado no PNCP desde o dia 6/6/2025 e no DOU desde o dia 9/6/2025.

1.2. Dessa forma, após a publicação do Edital nº 6/2025, foram realizadas as Primeira e Segunda Sessões consoante o rito previsto no Edital, sendo que, após a Segunda Sessão foram divulgado no Diário Oficial da União e sítio institucional SUFRAMA, link: <<https://www.gov.br/suframa/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-contratos/licitacoes-em-andamento>>, os seguintes documentos:

- [Ata da 2ª Sessão e Lista de Presença](#), 9/2/2026;
- [Resultado de Julgamento das Propostas Técnicas - D.O.U.](#), 10/2/2026;
- [Cronograma de Recursos - D.O.U.](#), 12/2/2026.

1.3. Após a proclamação do resultado provisório, foram interpostos os seguintes recursos contrários ao Julgamento das Propostas Técnicas:

- Recurso da Licitante DIGITAL COMUNICACAO LTDA;
- Recurso da VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA;
- Recurso da SAGA PUBLICIDADE LTDA.

1.4. Em função dos recursos interpostos, foram apresentadas as seguintes contrarrazões:

- Contrarrazões da DIGITAL COMUNICACAO LTDA em face da SAGA PUBLICIDADE LTDA;
- Contrarrazões da VIEW 360 PUBLICIDADE E em face da DIGITAL COMUNICAÇÃO;
- Contrarrazões da VIEW 360 PUBLICIDADE E em face da SAGA PUBLICIDADE LTDA;
- Contrarrazões da SAGA PUBLICIDADE LTDA em face da VIEW 360;
- Contrarrazões da SAGA PUBLICIDADE LTDA em face da DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA.

1.5. Após a apresentação das Contrarrazões, a Comissão Especial de Licitação encaminhou as as razões dos recursos e contrarrazões à Subcomissão Técnica da Concorrência nº 90001/2025.

2. DOS PRESSUPOSTOS DE ADMISSIBILIDADE:

2.1. Os recursos interpostos, bem como as contrarrazões apresentadas atenderam aos pressupostos de admissibilidade, tais como a tempestividade, a legitimidade e interesse, razão, pela qual, todos os documentos inerentes a esta fase foram analisados.

3. DOS RECURSOS

3.1. Recurso 1

3.1.1. Recorrente: DIGITAL COMUNICACAO LTDA, CNPJ nº 06.149.812/0001-80,

3.1.2. Objeto do Recurso (Síntese):

- a) a recorrente solicita a revisão as pontuações atribuídas às recorridas, bem como alega disparidades na aplicação dos critérios de avaliação entre as propostas concorrentes, inferindo inconsistências na valoração atribuída aos subquesitos dos demais licitantes;
- b) a recorrente solicita a desclassificação da recorrida SAGA PUBLICIDADE LTDA, nos termos do item 12.5 do edital e do art. 12 da Lei nº 12.232/2010, em razão da violação à regra de não identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada ou em razão das demais irregularidades previstas nos tópicos correspondentes ou, caso não seja aceita a desclassificação, a redução da pontuação atribuída da licitante supracitada;
- c) a recorrente solicita a redução da pontuação da recorrida VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, diante de justificativas apontadas no recurso, e por fim, uma posterior reclassificação da lista final.

3.2. Recurso 2

3.2.1. Recorrente: VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, CNPJ nº 12.607.387/0001-28,

3.2.2. Objeto do Recurso (Síntese):

- d) a recorrente solicita a redução da pontuação atribuída a recorrida SAGA PUBLICIDADE LTDA, questionando as informação apresentadas nas Propostas alegando não atender integralmente às exigências expressas no Edital.

3.3. Recurso 3

3.3.1. Recorrente: SAGA PUBLICIDADE LTDA, CNPJ nº 04.239.158/0001-70,

3.3.2. Objeto do Recurso (Síntese):

- e) a recorrente solicita a revisão das pontuações atribuídas as recorridas VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. e DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA, no subquesito " RACIOCÍNIO LÓGICO", justificando-as pelas ressalvas apresentadas pelas recorridas de maneira a restabelecer o princípio da isonomia;
- f) a recorrente solicita a revisão das pontuações atribuídas as recorridas VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. e DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA, no subquesito " IDEIA CRIATIVA", justificando-as pelas ressalvas apresentadas pelas recorridas de maneira a correta aplicação do princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório;
- g) a recorrente solicita a reavaliação das pontuações atribuídas as recorridas VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. e DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA, notas 9 e 8,3 respectivamente, no subquesito "ESTRATÉGIA

DE MÍDIA E NÃO MÍDIA", justificando-as em face do descumprimento de exigências expressas do edital, alegando vício material insanável.

h) E por fim, a recorrente solicita a republicação da ata de julgamento com as pontuações devidamente corrigidas após os deferimentos acima.

4. DECISÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. Em resposta aos referidos recursos, a Subcomissão Técnica da Licitação se manifestou por meio da Ata de Julgamento de Recursos, anexo a este Relatório, que, na página 14, concluiu assim:

"Com base na análise técnica detalhada dos recursos apresentados pelas licitantes SAGA PUBLICIDADE, VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO e DIGITAL COMUNICAÇÃO, a Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 90001/2025 delibera pela improcedência de todos os pedidos de revisão de notas e pedidos de desclassificação formulados."

5. ANÁLISE E MANIFESTAÇÃO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

5.1. DA ANÁLISE DO PEDIDO DE REAVALIZAÇÃO DE NOTAS EM FACE DO DESCUMPRIMENTO DO EDITAL

5.1.1. A Comissão Especial de Licitação tem como dever assegurar que todo o procedimento seja conduzido em estrita conformidade com as regras editalícias e com os princípios que regem a Administração Pública. Nesse contexto, a Comissão exerce diversas atribuições voltadas ao controle da legalidade e da transparência do processo licitatório, entre as quais se destaca a verificação da regularidade formal das pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica, sem, contudo, adentrar no mérito das avaliações técnicas realizadas.

5.1.2. Após a devida análise, a Comissão Especial de Licitação reafirma o cumprimento integral das exigências expressas no edital e decide acompanhar, em sua totalidade, o parecer emitido pela Subcomissão Técnica. Tal decisão fundamenta-se na estrita observância das normas estabelecidas e na garantia da igualdade de condições entre todos os participantes do certame.

5.1.3. Com isso, a Comissão Especial de Licitação se manifesta pela **improcedência dos recursos apresentados**, reafirmando a observância das disposições editalícias e a regularidade do procedimento licitatório.

5.1.4. A presente manifestação encontra-se devidamente fundamentada na análise técnica realizada pela Subcomissão Técnica, nas regras estabelecidas no edital e na legislação aplicável, destacando-se, sobretudo, a observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, isonomia e julgamento objetivo, os quais norteiam os atos praticados pela Administração Pública e asseguram a transparência e a equidade do certame.

5.2. Ante o exposto e considerando o integral teor da Ata de Julgamento de Recursos emitida pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação manifesta-se pela não procedência das razões dos recursos interpostos, mantendo a classificação dos licitantes na seguinte ordem:

1º Colocada - SAGA PUBLICIDADE LTDA - Nota 97.4;

2º Colocada - VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICACAO INTEGRADA LTDA - Nota 97.2;

3º Colocada - DIGITAL COMUNICACAO LTDA - Nota 93.6;

4º Colocada - THERA PUBLICIDADE LTDA - Nota 33 (Desclassificada)

5.3. Por fim, nos termos do art. 165, § 2º, da Lei nº 14.133/2021, submete-se a presente MANIFESTAÇÃO com vistas a deliberação decisória da autoridade competente, o Senhor Superintendente Adjunto de Administração.

Anexo:



Documento assinado eletronicamente por **Syglia Regina de Almeida Said**, **Membro**, em 09/03/2026, às 12:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Juscelino Silva de Lima**, **Membro**, em 09/03/2026, às 12:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **José Nilson Ribeiro dos Santos Júnior**, **Presidente**, em 11/03/2026, às 09:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida na http://www.sei.suframa.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2514909** e o código CRC **9B05747C**.

ATA DE JULGAMENTO DE RECURSOS

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2025

CONTRATANTE: Superintendência da Zona Franca de Manaus

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor técnica

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 52710.003252/2024-63

Por meio da presente ata, com reuniões realizadas de forma virtual, via plataforma teams, entre os dias 26 de fevereiro e 3 de março de 2026, os membros da Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 90001/2025 abaixo assinados trazem suas considerações e deliberações em relação aos recursos apresentados pelas licitantes SAGA PUBLICIDADE, VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA e DIGITAL COMUNICAÇÃO.

Cabe ressaltar que os pontos abaixo mencionados são referentes exclusivamente ao trabalho realizado pela subcomissão técnica, que tem como escopo a avaliação da proposta técnica contemplando os quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

CLASSIFICAÇÃO PRELIMINAR DAS VENCEDORAS

CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	NOTA FINAL
1ª	SAGA PUBLICIDADE	97,4
2ª	VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO	97,2
3ª	DIGITAL COMUNICAÇÃO	93,6

RESPOSTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA AOS RECURSOS

1. RECURSOS APRESENTADOS PELA SAGA PUBLICIDADE

A licitante SAGA PUBLICIDADE LTDA. interpôs recurso administrativo contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas (Invólucro nº 1), publicado em 10/02/2026. A recorrente, classificada em 1º lugar com nota 97.4, insurge-se contra as pontuações atribuídas às concorrentes VIEW 360 e DIGITAL COMUNICAÇÃO, alegando violação aos princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação ao instrumento convocatório.

ANÁLISE DAS CONTRARRAZÕES E FUNDAMENTOS DO RECURSO

Subquesito "Raciocínio Básico"

Argumentos: Questiona o fato de a licitante VIEW 360 ter recebido nota 4.8 com ressalvas na justificativa, enquanto a Saga recebeu 4.7 com justificativa integralmente positiva. Questiona a nota 4,0 atribuída à DIGITAL COMUNICAÇÃO, fundamentando seu pedido na justificativa da Subcomissão.

Alinhamento ao Edital: O item 12.3.1 prevê que a gradação das pontuações deve refletir o grau de adequação aos critérios de julgamento. O subitem 12.2.1.1 avalia a assertividade e o entendimento dos objetivos.

Análise: A nota 4,8 atribuída a VIEW 360 reflete o reconhecimento, pela Subcomissão, de acuidade analítica e assertividade estratégica superiores, ainda que com aspectos passíveis de aprimoramento. O julgamento técnico em publicidade envolve apreciação qualitativa e comparativa, de modo que a diferença de 0,1 ponto evidencia um equilíbrio motivado entre pontos fortes e ressalvas, sem qualquer violação ao princípio da isonomia.

No que tange à Digital Comunicação, a nota 4,0 já representa uma redução de 20% em relação à pontuação máxima (5,0). Essa gradação é o reflexo direto e proporcional da motivação "atende parcialmente", indicando que a Subcomissão já penalizou a licitante pela insuficiência argumentativa apontada.

Eventual discrepância entre a justificativa qualitativa sintética e as notas finais traduz o juízo técnico de valor exercido de forma fundamentada e dentro da autonomia assegurada à Subcomissão, nos termos do item 19.4 do edital, não configurando qualquer irregularidade.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquestito "Ideia Criativa"

Argumento: Questiona nota atribuída à licitante DIGITAL COMUNICAÇÃO no subquestito "Ideia Criativa". Sustenta que a recorrida não descreveu objetivamente as finalidades de cada uma das 435 peças citadas em sua proposta. Além disso, a SAGA argumenta que a justificativa da Subcomissão deveria ensejar uma redução de nota mais drástica, de pelo menos 20% do total.

Alinhamento ao Edital: O subitem 11.3.3.1 exige que a descrição das peças explicita sua finalidade e funções táticas na campanha proposta. O item 12.3.1 estabelece que a pontuação é fruto de um exame comparativo, onde a gradação reflete o grau de adequação aos critérios de julgamento técnico.

Análise: O julgamento da "Ideia Criativa" é eminentemente técnico e qualitativo. A nota de 23,3 atribuída à DIGITAL demonstra que a Subcomissão Técnica já ponderou as falhas conceituais mencionadas em sua justificativa, não conferindo a nota máxima (25,0) justamente por identificar que a proposta poderia ser mais aprofundada. A gradação da nota (perda de 1,7 ponto) reflete a proporcionalidade entre os pontos positivos da campanha e as ressalvas anotadas.

Quanto à alegada falta de descrição individualizada das funções táticas de cada uma das 435 peças, a Subcomissão entendeu, dentro de sua autonomia técnica (Item 19.4), que o conjunto da obra apresentado foi suficiente para a compreensão da estratégia criativa e sua aplicabilidade e não alterou o mérito da solução criativa apresentada conforme os critérios do item 12.2.1.3.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquestito "Estratégia de Mídia e Não Mídia"

Argumento: Questiona descumprimento de exigências expressas do edital que constituiriam vício material insanável. Em relação à View 360, aponta: a) ausência de cronograma detalhado; b) falta de Pedidos de Inserção (PIs) para OOH e Jornal; e c) erro factual sobre o "Dia Nacional da Amazônia", citado em outubro quando a data correta é 5 de setembro. Quanto à Digital Comunicação, sustenta que a licitante utilizou tabelas de preços em desacordo com a data de publicação do Aviso de Licitação (junho/2025), violando regra do subitem 11.3.4.3.

Alinhamento ao Edital: O item 11.3.4.2 exige que o plano apresente informações sobre o período de veiculação, quantidades de inserções e valores de investimento. O item 12.2.1.4 define que a Subcomissão julgará a consistência técnica da estratégia, o conhecimento dos hábitos de consumo e o grau de eficiência e economicidade na utilização da verba.

Análise: Quanto à VIEW 360, as contrarrazões demonstram que o cronograma detalhado consta nos documentos físicos originais, com a discriminação mensal e concentração estratégica de inserções. A alegada falta de detalhamento decorreu de uma limitação na visualização das cópias digitalizadas para vista, e não de omissão na proposta. No que tange aos Pedidos de Inserção (PIs), o item 11.3.4.2 do Edital não exige tais documentos na fase de proposta técnica; tratam-se de instrumentos operacionais da fase de execução. Exigir PIs agora configuraria inovação de critério, violando o princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Sobre o erro na data do "Dia da Amazônia", trata-se de erro material isolado que não comprometeu a racionalidade da distribuição das inserções nem a consistência global da estratégia. A Subcomissão Técnica já exerceu seu juízo de proporcionalidade ao atribuir nota 9,0, e não a nota máxima, refletindo justamente o aspecto passível de aprimoramento.

Quanto à DIGITAL COMUNICAÇÃO, a alegação da recorrente baseia-se em uma premissa técnica de comparação de valores. Conforme demonstrado nas contrarrazões, a DIGITAL observou a data-base de junho de 2025, utilizando a tabela adequada para aquele período. A divergência apontada pela SAGA ocorre porque a recorrente comparou preços de veiculação estadual (modalidade consolidada) com a modalidade de compra local/praça-a-praça adotada pela DIGITAL e não configura um descumprimento das orientações do certame ou do pedido de esclarecimento citado. A Subcomissão entendeu que o plano de mídia (nota 8,3) atendeu aos requisitos mínimos de análise de cobertura e frequência. Divergências decimais em simulações de custos, em uma fase técnica qualitativa, não ensejam desclassificação automática nem revisão de mérito técnico.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

2. RECURSOS APRESENTADOS PELA VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO

A licitante VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO. interpôs recurso administrativo contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas (Invólucro nº 1 e 3), publicado em 10/02/2026. A recorrente, classificada em 2º lugar com nota 97,2, insurge-se contra as pontuações atribuídas à concorrente SAGA PUBLICIDADE LTDA, no qual contesta a pontuação atribuída à proposta técnica da licitante SAGA PUBLICIDADE LTDA.

ANÁLISE DAS CONTRARRAZÕES E FUNDAMENTOS DO RECURSO

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

Argumento: Alega que a recorrida (Saga) não cumpriu integralmente os requisitos de quantificação e qualificação da equipe técnica. Sustenta que a ausência de detalhamento nos currículos resumidos impossibilita a aferição da experiência mínima necessária para a execução do contrato, ferindo o rigor técnico exigido pelo edital.

Base no Edital: O item 11.6 exige a quantificação e qualificação dos profissionais que "poderão ser colocados à disposição". A Cláusula 5.1.2.1 da Minuta de Contrato define a estrutura mínima necessária.

Análise: A análise da alínea 'b' do item 12.2.2 exige a aferição da "experiência dos profissionais da licitante" e a "adequação às necessidades da SUFRAMA". O julgamento técnico aqui proferido é de natureza comparativa (Item 12.3.1). Verificou-se que os currículos apresentados pela Saga Publicidade permitem o exercício do juízo de valor desta Subcomissão quanto à expertise operacional. Não houve omissão que comprometesse a avaliação do mérito técnico, sendo a pontuação mantida em respeito à discricionariedade técnica e à soberania desta comissão técnica.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas

Argumento: Argumenta que os relatos apresentados pela Saga Publicidade descumprem formalidades essenciais de validação. Especificamente, aponta a falta de dados obrigatórios no documento apartado, tais como: número do contrato, cargo/função do signatário e identificação empresarial completa. Defende que a inobservância do item 11.10.1 deve acarretar nota zero no subquesito, o que, por consequência, levaria à desclassificação da recorrida por não atingir o patamar

mínimo de 75 pontos (Item 12.5, 'b') ou por obter pontuação zero em subquesto (Item 12.5, 'c').

Base no Edital: O subitem 11.10.1 é diz que o documento de validação deve conter o número do contrato. O subitem 11.10 (II) exige a assinatura do funcionário responsável pela elaboração.

Análise: A recorrente solicita a aplicação literal do item 11.10.1, que exige número do contrato e cargo do signatário. Todavia, o edital permite que a Comissão releve aspectos "puramente formais" que não comprometam a lisura (item 19.4). A interpretação administrativa deve ser norteadada pelo Art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e pelo Item 19.4 do Edital. *In casu*, a validação documental cumpriu sua finalidade precípua: assegurar a autenticidade da solução implementada pela agência junto ao seu cliente, uma vez que possui assinatura do contratante. A eventual ausência do número do contrato ou da nomenclatura exata do cargo do signatário não retira a veracidade do ateste. Trata-se de vício formal sanável que não compromete a substância da proposta. Atribuir nota zero por tal formalismo impediria a SUFRAMA de contratar uma proposta tecnicamente robusta, subvertendo o interesse público em favor de um formalismo paralisante.

O edital é claro ao facultar à Subcomissão a prerrogativa de "relevar aspectos puramente formais (...) desde que não comprometam a lisura". A desclassificação de uma licitante que atingiu o mérito técnico por detalhes burocráticos no documento de validação afrontaria o caráter competitivo do certame. Portanto, ratifica-se a validade dos relatos e a pontuação originalmente atribuída.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

3. RECURSOS APRESENTADOS PELA DIGITAL COMUNICAÇÃO

A licitante DIGITAL COMUNICAÇÃO (nota 93,6) solicita o aumento das notas atribuídas à sua proposta em todos os subquestos do Quesito 1 (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia), requerendo o patamar máximo de pontuação. Pleiteia a desclassificação da Licitante Saga Publicidade alegando violação ao sigilo de autoria (identificação indevida através da marca "BIC"), extrapolação do limite peças corporificadas no subquesto Ideia Criativa e inexequibilidade orçamentária diante do volume de entregas proposto frente à verba. Acerca da Redução da Pontuação da Licitante View 360: requer a diminuição das notas da segunda colocada devido a supostas inconsistências técnicas.

PEDIDOS EM RELAÇÃO À PRÓPRIA PONTUAÇÃO

Subquesto 1 - Raciocínio Básico

Argumento: A recorrente alega que sua nota foi reduzida injustamente para 4,0 e que seu diagnóstico foi completo, atendendo integralmente ao edital.

Base no Edital: O item 12.3.1 estabelece que a gradação das pontuações deve refletir o maior ou menor grau de adequação de cada proposta aos critérios técnicos.

Análise: A Subcomissão Técnica, no exercício de sua autonomia e discricionariedade, avaliou que, embora a proposta atenda aos requisitos, ela não atingiu o "maior grau de adequação" em comparação com as propostas classificadas acima, que apresentaram diagnósticos mais assertivos sobre o desafio comunicacional. Portanto, a nota 4,0 é considerada justa e proporcional ao mérito técnico apresentado.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

Argumento: A licitante sustenta que sua nota deve ser 25,0, alegando que sua estratégia de reposicionamento nacional foi robusta e coerente.

Base no Edital: O item 12.2.1.2 exige a aferição da consistência da argumentação em defesa do conceito e do partido temático.

Análise: A nota 23,0 reflete um desempenho de alta qualidade, mas a Subcomissão identificou que a argumentação técnica poderia ser mais densa na articulação entre o conhecimento institucional e a tática proposta. A revisão não demonstrou erro de julgamento, mas sim a aplicação da gradação prevista no edital.

A Subcomissão Técnica não acolhe o pedido.

Subquesto 3 - Ideia Criativa

Argumento: Insurge-se contra a justificativa de "design insuficiente", alegando tratar-se de juízo estético subjetivo.

Base no Edital: O item 12.2.1.3 define como critérios a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo e a clareza das mensagens.

Análise: O julgamento técnico não é meramente estético, mas funcional. A Subcomissão avaliou que a materialização visual das peças para canais digitais apresentou limitações de clareza e impacto que justificam a redução proporcional da nota.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

Argumento: Questiona a redução por priorizar apenas uma emissora de TV, alegando que o edital não exige multiplicidade de veículos.

Base no Edital: O item 12.2.1.4 julga o grau de eficiência e economicidade na utilização da verba referencial de R\$ 1.000.000,00.

Análise: A priorização de um único veículo pode comprometer a cobertura necessária para atingir o público secundário (Nacional) estabelecido no Briefing. A nota 8,3 reflete que a estratégia de mídia foi considerada "adequada", mas não "excelente" em termos de alcance e frequência diversificada.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

PEDIDOS EM RELAÇÃO À SAGA PUBLICIDADE

Violação do sigilo de autoria

Argumento: Alega que a licitante inseriu a marca de seu cliente histórico ("BIC") nas peças publicitárias da Via Não Identificada, permitindo o reconhecimento indevido da autoria.

Base no Edital: O subitem 12.5, alínea 'a', prevê a desclassificação apenas quando houver elemento que, "por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria" antes da abertura do Invólucro nº 2. O subitem 22.2.6, alíneas 'b', 'c', 'd' e 'e', estabelece o rito procedimental de julgamento.

Análise: A inserção de imagens de produtos fabricados na Zona Franca de Manaus (como itens da marca BIC) trata-se de um recurso criativo contextualizado com o desafio proposto no Briefing (Anexo II) de ilustrar a produção do Polo Industrial de Manaus (PIM). Como diversas agências do mercado atendem ou já atenderam

grandes indústrias locais, o uso de um produto característico do PIM não estabelece vínculo exclusivo com a recorrida e não a identifica inequivocamente. Ademais, o rito procedimental garantiu total imparcialidade: a análise e o julgamento do Invólucro nº 1 (Via Não Identificada) ocorreram antes do encaminhamento e abertura do Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento), o qual continha a carteira de clientes. Portanto, no momento da avaliação técnica, a Subcomissão não possuía qualquer elemento que ligasse a marca exibida à autoria da proposta, restando incólume o sigilo exigido.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Extrapolação do Limite de Peças:

Argumento: Sustenta que a agência extrapolou o limite permitido ao introduzir e aplicar um "selo autoral" de campanha ("Zona Franca do Brasil") adicional não contabilizado, excedendo os 10 exemplos de peças corporificadas.

Base no Edital: O subitem 11.3.3.3 limita os exemplos de peças publicitárias corporificadas a 10 (dez) unidades. O subitem 11.3.3.4 trata das regras de cômputo dessas peças, e o subitem 11.3.2, alínea 'a' (Estratégia de Comunicação Publicitária), versa sobre o desenvolvimento do "partido temático e do conceito".

Análise: A criação e a aplicação de um selo ou assinatura visual de campanha (no caso, "Zona Franca do Brasil") em peças diversas consistem no desenvolvimento do "partido temático e do conceito", exigência expressa do subitem 11.3.2, alínea 'a'. Um selo de campanha, quando aplicado para conferir identidade visual e unidade estética às peças apresentadas, atua como um elemento de design e reforço conceitual, não se configurando como uma "peça publicitária" autônoma para fins de cômputo no limite estabelecido. Portanto, entende-se que a licitante respeitou o limite de apresentação de 10 (dez) exemplos físicos corporificados, não havendo ofensa ao subitem 11.3.3.4, que trata das regras de cômputo de peças.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Inexequibilidade Objetiva

Argumento: Alega inexequibilidade orçamentária sob a justificativa de que o volume de entregas proposto é financeiramente impossível de ser realizado com a verba referencial estipulada (R\$ 1.000.000,00), apontando defasagem em comparação aos valores da tabela FENAPRO.

Base no Edital: Os subitens 12.2.1.2, alínea 'f', e 12.2.1.3, alínea 'g', estabelecem a avaliação da exequibilidade da estratégia e das peças com base na verba

referencial para investimento. O subitem 14.2, alínea 'a', disciplina o uso da tabela referencial especificamente para a fase de Proposta de Preços.

Análise: O julgamento deste quesito pautou-se na análise qualitativa da proposta. Durante a avaliação, a Subcomissão constatou que a licitante demonstrou capacidade de internalização de custos de produção, o que viabiliza a execução do volume proposto dentro da verba referencial estipulada. Cumpre ressaltar que o Edital valoriza a eficiência e não impõe, para a fase de julgamento da Proposta Técnica (Invólucro nº 1), a vinculação estrita à tabela referencial do Sindicato das Agências (FENAPRO) para a precificação de custos de produção absorvidos internamente pela agência. O uso da referida tabela é disciplinado especificamente para a fase de Proposta de Preços (subitem 14.2, alínea 'a'). O volume de entregas apresentado, embora demonstre alta produtividade, não pode ser classificado como objetivamente impossível, pois reflete a eficiência operacional que a licitante se propôs a entregar, assumindo o risco e o compromisso contratual de executá-lo com a estrutura comprovada no Quesito de Capacidade de Atendimento. Inexiste, portanto, violação aos critérios de exequibilidade do edital.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquesito 1 - Raciocínio Básico

Argumento: A Digital Comunicação alega que a Saga Publicidade apresentou um texto meramente descritivo de atributos institucionais e históricos, sem formular um diagnóstico comunicacional estruturado. Sustenta que a recorrida não identificou lacunas de percepção ou problemas de imagem específicos que justificassem a estratégia, apresentando "necessidades" como decisões arbitrárias e não como respostas a problemas diagnosticados.

Base no edital: O item 11.3.1 (b) exige o "diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas" e o item 12.2.1.1 (c) estabelece como critério a "assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação"

Proposta de Análise: A Subcomissão Técnica, após reexame, observa que o texto da Saga, embora rico em dados contextuais e históricos, apresenta as necessidades de comunicação de forma afirmativa. Contudo, no exercício da discricionariedade técnica e do exame comparativo previsto no item 12.3.1, a Subcomissão considerou que a clareza na exposição dos atributos da autarquia fundamenta satisfatoriamente o ponto de partida estratégico. A alegação de que o diagnóstico é "inexistente" não prospera, pois a licitante articulou a importância do modelo com a meta de reposicionamento nacional. Portanto, mantém-se a nota atribuída pela adequação qualitativa ao desafio.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

Argumento: A recorrente aponta falta de originalidade no conceito "Aqui, tem Zona Franca do Brasil", por ser uma derivação direta de sugestões e vídeos institucionais já citados no Briefing. Alega ainda que a segmentação de público foi superficial, replicando apenas o recorte territorial do edital sem aprofundar em comportamentos ou resistências específicas.

Base no Edital: O item 12.2.1.2 avalia a adequação do conceito à natureza do anunciante e a consistência da argumentação.

Proposta de Análise: O fato de o conceito utilizar termos presentes no Briefing não configura demérito, mas sim alinhamento com a diretriz do Anunciante de reforçar o caráter nacional do modelo ZFM. A estratégia da Saga justificou o uso do conceito para gerar orgulho e pertencimento, cumprindo os objetivos de comunicação. Quanto ao público, a segmentação seguiu as categorias exigidas no item 4 do Briefing. A profundidade da estratégia é julgada pela capacidade de execução e clareza, atributos validados pela Subcomissão.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquestito 3 - Ideia Criativa

Argumento: A Digital sustenta que a Saga descumpriu o item 11.3.3.1 ao não apresentar a finalidade e função tática individualizada para cada uma das 10 peças corporificadas. Aponta ainda a extrapolação do limite de 10 peças devido à introdução de um "Selo Autoral" adicional não contabilizado, o que geraria vantagem competitiva.

Base no Edital: O item 11.3.3.1 exige a especificação de cada peça e sua função tática. O item 11.3.3.3 limita os exemplos a 10 peças.

Análise: A Subcomissão entende que a proposta da SAGA foi estruturada de forma sistêmica e integrada. Ao detalhar a finalidade e a função tática por meio e formato no Bloco 2, a licitante estabeleceu a lógica estratégica que se aplica naturalmente às peças do mesmo tipo exemplificadas no Bloco 1. O grafismo "Zona Franca do Brasil" não constitui uma peça publicitária autônoma, mas sim um elemento gráfico integrante e identitário que corporifica o conceito central da campanha. Ele não possui existência independente (como um anúncio ou filme) e atua como assinatura para conferir unidade visual ao conjunto, não devendo, portanto, ser computado no limite quantitativo de peças do item 11.3.3.3

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

Argumento: A Digital aponta inconsistência entre a narrativa de "veiculação linear por 12 meses" e a grade de programação de TV da Saga, que concentra inserções em apenas 5 dias do mês de janeiro. Alega falta de racional técnico (GRP, metas de frequência) na simulação de cobertura.

Base no Edital: O item 12.2.1.4 exige consistência técnica na tática de mídia e eficiência na utilização da verba.

Análise: O plano da SAGA demonstra consistência técnica ao estabelecer um calendário coerente, com lançamento em janeiro para awareness e reforço institucional concentrado entre 24 e 28 de fevereiro (aniversário da ZFM), evitando dispersão de verba. A simulação apresentou dados de cobertura e CPM conforme exigido pelo edital, sendo que a ausência de GRPs não constitui descumprimento, pois tal métrica não era requisito obrigatório. A autonomia na pontuação reflete o grau de adequação estratégica percebido pela Subcomissão em cada proposta.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

PEDIDOS EM RELAÇÃO À VIEW 360 PUBLICIDADE

A Digital Comunicação contesta a pontuação da licitante View 360 (classificada em 2º lugar), solicitando a redução de suas notas nos seguintes itens:

Subquesito 1 - Raciocínio Básico

Argumento: A Digital Comunicação sustenta que o Raciocínio Básico da View 360 é "essencialmente afirmativo e genérico", limitando-se a descrever a importância da ZFM sem problematizar barreiras de comunicação ou identificar obstáculos concretos, como a resistência fiscal em outras regiões

Base no Edital: O item 11.3.1 (b) exige o diagnóstico relativo às necessidades de comunicação identificadas. O item 12.2.1.1 (b) define como critério de julgamento a pertinência dos aspectos apresentados relativos às necessidades identificadas.

Análise: A Subcomissão Técnica reafirma que a View 360 identificou "descompasso entre a relevância objetiva da ZFM e a percepção que a sociedade brasileira tem de seu impacto". O diagnóstico não é genérico, mas focado na lacuna institucional entre os resultados econômicos e o reconhecimento público. O edital não exige extensão textual, mas síntese estratégica, e a proposta demonstrou maturidade técnica ao articular diagnóstico e público-alvo de forma objetiva. Portanto, mantém-se a nota atribuída.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

Argumento: Alega que a estratégia é superficial e que a segmentação de público apenas replicou o recorte territorial do Briefing, sem apresentar inteligência de mídia ou distinção de tom para diferentes perfis. Questiona ainda a fragmentação do selo oficial nas peças.

Base no Edital: O item 11.3.2 trata da defesa do partido temático e proposição dos pontos centrais (o que, a quem e como dizer). O item 12.2.1.2 julga a consistência da argumentação e adequação ao anunciante.

Análise: A estratégia da View 360 fundamentou o conceito "Produzindo, preservando, transformando o Brasil" com intencionalidade semântica. A segmentação territorial seguiu o item 4 do briefing. A Subcomissão Técnica entende que a VIEW 360 apresentou uma síntese estratégica e compatível. O conceito central "Produzindo, preservando, transformando o Brasil" demonstra intencionalidade semântica, utilizando verbos no gerúndio para conferir agilidade e dinamismo à mensagem institucional. Quanto à segmentação, a proposta reconhece a pluralidade territorial e perceptiva, propondo um equilíbrio entre informações didáticas e impacto emocional para enfrentar o descompasso de percepção sobre a ZFM em diferentes regiões. A avaliação da Subcomissão validou a consistência técnica dos pontos centrais, considerando-os adequados às atividades do anunciante.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

Subquestito 3 - Ideia Criativa

Argumento da Recorrente: Critica a execução visual por não aplicar o selo oficial "Produzido no Polo Industrial de Manaus" em sua forma íntegra e literal.

Base no Edital: O item 8 do Briefing (Anexo II) estabelece a obrigatoriedade do selo nas campanhas. O item 12.2.1.3 (e) avalia a originalidade da solução criativa.

Análise: No contexto, a Subcomissão Técnica considerou que a VIEW 360 apropriou-se da essência simbólica do selo, elevando-a à condição de ícone narrativo e fio condutor da campanha. Ademais, a flexibilidade no uso do selo em peças publicitárias é corroborada por exemplos de filmes institucionais da própria SUFRAMA citados no briefing. A Subcomissão considera a solução tecnicamente consistente com o desafio proposto.

A Subcomissão Técnica julga o recurso improcedente.

CONCLUSÃO:

Com base na análise técnica detalhada dos recursos apresentados pelas licitantes SAGA PUBLICIDADE, VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO e DIGITAL COMUNICAÇÃO, a Subcomissão Técnica da **Concorrência Nº 90001/2025** delibera pela improcedência de todos os pedidos de revisão de notas e pedidos de desclassificação formulados.

Encerrados os trabalhos de julgamento desta fase técnica, ocorridos entre 26 de fevereiro e 4 de março de 2026, esta ata segue para a devida publicação e prosseguimento das etapas subsequentes da licitação.

Manaus, 4 de março de 2026.

INTEGRANTES DA SUBCOMISSÃO DE LICITAÇÃO

Documento assinado digitalmente
 ISAAC NOGUEIRA DE ARAUJO JUNIOR
Data: 04/03/2026 16:44:48-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Isaac Nogueira de Araújo Júnior

Documento assinado digitalmente
 DIEGO QUEIROZ DE OLIVEIRA
Data: 04/03/2026 16:41:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Diego Queiroz de Oliveira

Documento assinado digitalmente
 ERONIDES PEREIRA DE OLIVEIRA NETO
Data: 04/03/2026 16:28:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Eronides Pereira de Oliveira Neto