

À COMISSÃO PERMANENTE DE CONTRATAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA/SP

Ref.: Recurso Administrativo – Concorrência Presencial nº 01/2025 Recorrente: Linking Publicidade e Propaganda LTDA Recorrida: Versão BR

I. DA TEMPESTIVIDADE E LEGITIMIDADE

O presente Recurso Administrativo é tempestivo, uma vez que a sessão de divulgação do julgamento das Propostas Técnicas ocorreu em 11/12/2025, sendo o resultado publicado oficialmente em 12/12/2025. Dessa forma, o prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme estabelecido no item 21.1 do Edital de Concorrência Presencial nº 01/2025, iniciou-se em 15/12/2025 e encerra-se em 17/12/2025. Tendo sido este recurso protocolado nesta data, restam cumpridos os requisitos de admissibilidade recursal.

II. DAS RAZÕES DO RECURSO

A proposta técnica apresentada pela licitante Versão BR, embora classificada em primeiro lugar, apresenta vícios insanáveis de incoerência estratégica e ilegalidade na execução de mídia, ferindo os princípios da eficiência, economicidade e legalidade (LGPD), conforme exposto a seguir:

1. DA CONTRADIÇÃO ESTRATÉGICA INSANÁVEL (Quesito II - Estratégia de Comunicação)

O Edital, em seu Anexo I (Termo de Referência), exige que a estratégia de comunicação solucione o "Desafio de Comunicação" e promova "mudança de hábito".

A proposta da recorrida apresenta uma contradição fatal entre o seu Raciocínio Básico e as Peças Criativas, o que deveria penalizar severamente a nota no Quesito II (Estratégia de Comunicação), alíneas 'd' e 'e'.

- A Promessa Teórica: Na página 4 de sua proposta, a recorrida diagnostica que o atual sistema de agendamento telefônico possui "limitações operacionais". Na página 5, afirma categoricamente: *"O Ecoponto, ao substituir o sistema de agendamento telefônico por um modelo de livre acesso controlado, representa um avanço concreto..."*. A tese central é a substituição do modelo antigo pelo novo .

- O Erro na Execução: Contraditoriamente, nas peças finais que vão para a rua (consumindo verba pública), a agência orienta o oposto. No Spot para Carro de Som (Página 40), a locução ordena: *"PRA DESCARTAR CERTO, LIGUE E AGENDE O CAMINHÃO DO CATA-ENTULHO PELO NÚMERO 3820-8019"*. O mesmo número aparece com destaque no Folheto e Cartilha.

O Impacto do Erro: A estratégia é incoerente. Ela promete modernizar a gestão de resíduos substituindo o telefone pelo Ecoponto, mas utiliza a verba de mídia para massificar o número de telefone antigo, sobrecarregando o serviço que ela mesma diagnosticou como limitado. Isso não é apenas um "erro de peça", é um erro de Estratégia de Comunicação. A campanha joga contra o objetivo do briefing.

Inclusive, a planilha de avaliação de um dos jurados (anexa aos autos) contém a observação: *"Achei que citar o cata entulho no spot não foi uma decisão acertada"*. Ocorre que o jurado, apesar de notar o erro, não penalizou a nota proporcionalmente à gravidade da falha. Uma campanha que confunde o cidadão e perpetua o hábito que se deseja mudar (agendamento telefônico) não pode receber nota máxima em estratégia.

Abaixo imagens que ilustram o tema:

Peça "Cartilha Educativa"



Peça "Carrossel"



Peças "Spot Carro de som"



Pedido: Requer-se a revisão da pontuação do Quesito II (Estratégia), reduzindo-a drasticamente, visto que a tática proposta (peças) anula a estratégia definida (texto), ferindo a coerência exigida no item 7.32 do Edital.

2. DA ILEGALIDADE E VIOLAÇÃO À LGPD (Quesito IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia)

A proposta da recorrida sugere a prática de ato ilícito e violação direta da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018), o que é inadmissível em uma licitação pública e fere a Cláusula Décima da Minuta do Contrato.

- A Confissão: Na página 18 de sua proposta técnica (Item 4 - Formas Inovadoras), a licitante propõe: *"O disparo de WhatsApp... atingindo aproximadamente 20 mil contatos... Enviado por empresa especializada, utilizando base de contatos com números cadastrados no aplicativo"*.

- A Violação Legal: A contratação de empresa terceira ("ZapMedia", citada na planilha de custos) para disparo em massa utilizando "base de contatos" de terceiros configura compra/aluguel de dados (mailing frio). A Prefeitura não possui consentimento (base legal da LGPD, Arts. 7º e 11º) para que os dados de 20.000 cidadãos sejam compartilhados com uma empresa de publicidade ("ZapMedia") para fins de marketing.

- Risco de Compliance: O WhatsApp proíbe o disparo em massa não solicitado (*bulk messaging*). A ação proposta pela recorrida coloca o número oficial da Prefeitura e seu domínio em risco de banimento pela plataforma Meta(Dona do Whatsapp), gerando prejuízo ao erário e à comunicação oficial.

Abaixo imagens que ilustram o tema:

Sessão - Peças Corporificadas (Página 11)

14. Disparo de WhatsApp - A peça foi planejada para alcançar em larga escala a população de Orlândia por meio de envio realizado por empresa especializada, utilizando base de contatos com números cadastrados no aplicativo. O texto adota linguagem simples, direta e acolhedora, convidando o morador a participar do movimento "Quem descarta certo, faz ponto para Orlândia" e informando sobre o novo Ecoponto, sua localização e função. O disparo será acompanhado de link para a landing page, garantindo identidade visual e direcionamento imediato para informações completas. Estrategicamente, essa ação leva a mensagem da campanha diretamente ao celular dos cidadãos, com alta taxa de visualização e impacto direto no comportamento cotidiano.

Sessão - Estratégia de Mídia e não Mídia (Página 16)

O disparo de WhatsApp, por sua vez, ampliará a capilaridade da mensagem, atingindo aproximadamente 20 mil contatos da população de Orlândia, abrangendo ambos os sexos e o público adulto 18+. A mensagem de utilidade pública trará texto curto, linguagem próxima, além de link direto para a landing page. Enviado por empresa especializada, o disparo permitirá cobertura integral da base ativa da cidade com altíssima taxa de leitura — o WhatsApp é hoje o meio mais acessado do país, presente em 99% dos smartphones brasileiros (Fonte: Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria no Brasil 2024).

Sessão - Planilha de Mídia (Página 20)

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação; c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;					
Meio	Veículo	Peça	TT inserções	Investimento	%
Formas inovadoras de comunicação	ZapMedia	Disparo de WhatsApp	20000	R\$ 15.600,00 (CPC: R\$ 0,78)	20,37%
	Facebook e Instagram	Reels	1	R\$ 0,00	0,00%
		Carrossel	1	R\$ 0,00	0,00%

Uma proposta técnica não pode ser pontuada positivamente quando sua execução depende de uma ilegalidade (violação da LGPD) e de infração aos termos de serviço da plataforma utilizada. A Administração Pública não pode contratar a violação da lei.

Pedido: Requer-se a desclassificação da proposta por sugerir execução ilegal (violação da LGPD) ou, subsidiariamente, que a pontuação do Quesito IV (Estratégia de Mídia) seja zerada no subitem referente à pertinência e oportunidade, visto que expõe a Prefeitura a riscos jurídicos e danos à reputação.

III. CONCLUSÃO

Diante do exposto, a manutenção da nota da licitante Versão BR fere os princípios da objetividade no julgamento e da legalidade. Solicita-se o provimento deste recurso para reclassificar as propostas, garantindo a lisura do certame.

Nestes termos, pede deferimento.



Santo André, São Paulo, 15 de Dezembro de 2025

Ivan Lima Santos - CPF: 149.259.118-13

04.057.822/0001-60
LINKING PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA
Rua São Cirilo, 84
Vila Bastos - CEP: 09041-190
Santo André-SP