



**AO CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA (CFQ), POR INTERMÉDIO DA SUA
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

REF.: CONCORRÊNCIA Nº03/2023

PROCESSO ELETRÔNICO SEI Nº 2800.00.00504.2023

**LENCINA, MARQUES & JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA
(Agência Euro)**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 29.325.342.0001/63, sediada em
Porto Alegre/RS, no Praia de Belas Prime Offices, Av. Borges de Medeiros, 2500,
conjunto 1009, vem, respeitosamente, por seu representante legal, com fulcro
no art. 109 da Lei de Licitações (Lei nº 8.666/93), apresentar
CONTRARRAZÕES ao Recurso Administrativo interposto pela licitante Brasil84
Publicidade e Propaganda Ltda-ME, com fundamento nas razões de fato e de
direito a seguir aduzidas.

ALV

1 – DAS CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Inicialmente, a ora Recorrida deixa registrado o seu respeito aos membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica de Licitação encarregada de julgar as propostas.

Importante frisar que as presentes contrarrazões têm estrita vinculação à interpretação objetiva dos fatos do procedimento licitatório. Eventuais discordâncias, ora deduzidas, fundamentam-se na aplicação adequada da Constituição, da lei e do edital, diversa daquela adotada na decisão recorrida.

2 – TEMPESTIVIDADE

O edital estabeleceu no subitem 22.2 que, “interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis”. Cabe destacar que os recursos administrativos foram divulgados no dia 17 de outubro de 2023, às 19 horas e 10 minutos. Assim, considerando o prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentação das impugnações, tem-se o dia 24 de outubro de 2023 como data limite para protocolo. Desta forma, não resta dúvida quanto à tempestividade da presente manifestação.

3 – DA SÍNTESE DOS FATOS

A licitante Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME apresentou recurso administrativo contra a **Agência Euro**, em evidente tentativa de tumultuar o procedimento licitatório, o que não merece sorte alguma, como será elucidado adiante.

Face ao exposto, a **Euro** apresenta a seguir suas contrarrazões, diante das tempestividades apresentadas pela referida concorrente, que tenta desmerecer o trabalho desenvolvido por esta licitante.



4 – DO RECURSO APRESENTADO PELA BRASIL84

4.1 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

A licitante Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME apresentou recurso contra o Plano de Mídia apresentado pela **Euro** no âmbito do quesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia”.

De início, é importante salientar que, na tentativa de ludibriar a Comissão e tumultuar o processo licitatório, a Brasil84 não apresentou fatos e dados em conformidade com a realidade. Afirma a licitante, apresentando recorte de tela do resumo do plano de mídia da **Euro**, e não sua totalidade:

“a agência EURO apresenta somente a descrição da peça, os valores absolutos e os percentuais da produção e da mídia. Deixando de apresentar os dados do período de distribuição das peças e/ou materiais, as quantidades de inserções das peças em veículos de comunicação e de divulgação e as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia, ou seja, não houve cumprimento do edital em sua totalidade”.

Contudo, no que se refere à questão do período de distribuição, a **Agência Euro** elaborou meticulosamente um cronograma de cinco páginas, detalhando de forma precisa o período de divulgação das peças publicitárias e/ou ações de comunicação. Tal delineamento pode ser verificado no recorte subsequente, que se refere exclusivamente a uma das referidas páginas. Confira-se:

ALV

[illegible]

No que concerne à quantidade de inserções de peças em veículos de comunicação e divulgação, assim como às quantidades a serem produzidas de cada peça ou material de não mídia, cumpre ressaltar que a Brasil84 apresentou recortes tendenciosos. Tal conduta traduz-se em uma inadequada leitura da proposta formulada pela Agência Euro ou a apresentação de informações que não coincidem com o seu escopo. Neste contexto, cumpre destacar que a **Agência Euro** elaborou um plano de mídia abrangente, consistindo em sete páginas, onde se enunciam minuciosamente elementos como região, praça, veículo, formato, metas quantitativas, objetivos, segmentação, período, entregas, modalidades de aquisição, valores unitários, montante global do investimento, bem como a respectiva parcela percentual. Este fato encontra-se documentado de maneira irrefutável nos dois recortes abaixo, que representam as demais páginas:



B) ORÇAMENTO (PLANO DE MÍDIA)

GOOGLE ADS

Região	País	Veículo	Classif.	Descrição	Período	Orçamento Estimado	Orçamento Realizado	Porcentagem de Cobr.	Valor Contratado	Valor Pago		
BR	Brasil	Google		Vídeos de 1 segundo em estilo de vídeo publicado no Google sobre a química da Química Profissional	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	4,30	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Anúncios pagos	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química Profissional	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química - 1200 x 600 pixels, 1200 x 1200 pixels	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química Profissional	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química - 1200 x 600 pixels, 1200 x 1200 pixels	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química - 1200 x 600 pixels, 1200 x 1200 pixels	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química - 1200 x 600 pixels, 1200 x 1200 pixels	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química - 1200 x 600 pixels, 1200 x 1200 pixels	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%
				Química - 1200 x 600 pixels, 1200 x 1200 pixels	View	Política geral interessada no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, empresas, fornecedores de produtos e poder público.	100 dias (segunda-feira, terça-feira, quinta-feira e sábado)	1,20	R\$ 0,000001	R\$ 0,0001	R\$ 4.941,47	12,50%

NÃO MÍDIA

Produto	Veículo	Participação	Classificação	Descrição	Período de Exatidão	Criação e desenvolvimento	Publicação
Brasil	Política/Notícia	Desenvolvimento	90 dias	seg23	América, América Latina, África, Ásia e Índia24		
	Game GFTV Rio	Desenvolvimento	90 dias	Janeiro, fevereiro e março24	Ásia, norte e sul24		
	Sala de TV dos CFCs	190h e 150h	seg23	América, América Latina, África, Ásia e Índia24			
	Aplicativo Resiliência Aumentada	Desenvolvimento	180 dias	América, América24	México e Índia24		
	Stendards	100 a 2000 pixels	160 dias	seg24	Países, América, África, norte e sul24		
	E-Book	Desenvolvimento	60 dias	seg24, abril24	Ásia e Índia24		

MEIOS PRÓPRIOS

Produto	Veículo	Participação	Classificação	Descrição	Período
Full banner	2000 x 400 pixels	Site GQ	Maximizar	100 dias (segunda a sexta)	
Pop-up	250 x 400 pixels	Site GQ	Estático	100 dias (segunda a sexta)	
3x3x3	600 x 1500	Online	Estático	100 dias (segunda a sexta)	
Índice de TV dos GQs	1600 x 1000 pixels	TV dos GQs	Video	100 dias (segunda a sexta)	

ORAÇÃO / PRODUÇÃO

Matrícula	Descrição do produto	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	Porcentagem (%)	Observações
Valeu para R\$ 100,00 em 100,00 unidades, com prazo de validade de 12 meses e validade de 10 - 15 - 15 unidades. Produção do dia da aplicação de 100,00 em 100,00 unidades e validade de 100,00. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros, livros de ensino. Vendas de produtos e materiais de ensino, livros						

Neste contexto, é importante destacar que a Brasil84, ao apresentar seu recurso, não demonstrou fundamentos críticos ou apontou quaisquer erros substanciais. Limitou-se a questionar exclusivamente a última página do plano de mídia, que se dedica ao resumo, negligenciando as páginas precedentes e a extensa exposição detalhada fornecida pela Agência Euro.

No ensejo deste documento, e a fim de elucidar os verdadeiros erros cometidos quando da apresentação das propostas técnicas, é imperativo destacar que a empresa Brasil84 é quem incorreu em erro substancial, conforme já detalhado no Recurso Administrativo interposto pela Agência Euro. A Brasil84 não observou devidamente os requisitos estipulados no edital ao não incluir propostas de campanhas "always on" em seu cronograma e orçamento. Tal

Agência Euro de Comunicação e Marketing

AV. Borges de Medeiros, 2500/1502 - Praia de Belas Prime Offices - Bairro Praia de Belas - Porto Alegre / RS,
Cep: 90030-102 - fone: (051) 3178-5800 /Site: www.agenciaeuro.com.br / Facebook: @euroagencia

ALV

conduta configura uma violação significativa ao Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório, levantado inclusive pela Brasil84 em seu documento recursal.

Nesse sentido é importante lembrar a importância do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, que inclusive foi positivado no art. 31 da Lei de Licitações:

Art. 31. **As licitações realizadas** e os contratos celebrados por empresas públicas e sociedades de economia mista **destinam-se a assegurar a seleção da proposta mais vantajosa**, inclusive no que se refere ao ciclo de vida do objeto, e a evitar operações em que se caracterize sobrepreço ou superfaturamento, **devendo observar os princípios** da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da eficiência, da probidade administrativa, da economicidade, do desenvolvimento nacional sustentável, **da vinculação ao instrumento convocatório**, da obtenção de competitividade e do julgamento objetivo. (negrito nosso)

Portanto, a referida falha da Brasil84 de não ter incluído proposta de campanhas "Always on" é que, em verdade, se demonstra uma ilegalidade, pois deixou de observar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

Conforme destacado no primeiro recurso submetido pela **Euro**, a negligência da Brasil84 no cumprimento da obrigação de manter campanhas "6lways on" não apenas contraria uma cláusula expressa do edital, mas também desconsidera as informações fornecidas no documento de "esclarecimentos 2". É imperativo ressaltar que tais omissões não podem ser tratadas como mera questão formal.

Fica patente que a responsabilidade pelo erro recai, de fato, sobre a Brasil84, em detrimento da **Euro**. Importa salientar que a **Euro** cumpriu integralmente com todas as exigências previstas no edital, de modo que, ao contrário da Brasil84, prestigiou o Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório. Ademais, destaca-se que esta recorrida foi a única dentre as três primeiras empresas classificadas a incorporar as três campanhas "Always On" em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia. As campanhas foram adequadamente integradas ao cronograma e ao plano de mídia, como documentado nos trechos a seguir, extraídos da proposta apresentada por esta recorrida:

Agência Euro de Comunicação e Marketing

AV. Borges de Medeiros, 2500/1502 - Praia de Belas Prime Offices - Bairro Praia de Belas - Porto Alegre / RS,
Cep: 90030-102 – fone: (051) 3178-5800 /Site: www.agenciaeuro.com.br / Facebook: @euroagencia

ALV



Campanha Secundária 1 - Always On	Todos	Divulgação em Redes sociais + Google Ads + Facebook Ads + Tik Tok Ads + LinkedIn Ads - De janeiro a junho.
Campanha Secundária 2 - Always On	Todos	Divulgação em Redes sociais + Google Ads + Facebook Ads + Tik Tok Ads + LinkedIn Ads - De janeiro a junho.
Campanha Secundária 3 - Always On	Todos	Divulgação em Redes sociais + Google Ads + Facebook Ads + Tik Tok Ads + LinkedIn Ads - De janeiro a junho.

Campanha Secundária 1	View	Público geral interessado no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, imprensa, formadores de opinião e poder público.	180 dias (janeiro, fevereiro, março, abril, maio e junho)	1,2 Mi	75.600 cliques - CPC - R\$ 0,06	CPM - Custo Por Mil	R\$ 4,03	R\$ 4.841,47	12,50%
Campanha Secundária 2					75.600 cliques - CPC - R\$ 0,06	CPM - Custo Por Mil	R\$ 4,03	R\$ 4.841,47	12,50%
Campanha Secundária 3					75.600 cliques - CPC - R\$ 0,06	CPM - Custo Por Mil	R\$ 4,03	R\$ 4.841,47	12,50%

BR	Brasil	Meta	Campanha Secundária 1	Alcance	Público geral interessado no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, imprensa, formadores de opinião e poder público.	180 dias (janeiro, fevereiro, março, abril, maio e junho)	825 mil até 2.388 mi	17.040 cliques - CPC R\$ 0,25	CPM - Custo por mil	R\$ 5,86	R\$ 4.841,47	6,66%
BR	Brasil	Meta	Campanha Secundária 2	Alcance	Público geral interessado no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, imprensa, formadores de opinião e poder público.	180 dias (janeiro, fevereiro, março, abril, maio e junho)	825 mil até 2.388 mi	17.040 cliques - CPC R\$ 0,25	CPM - Custo por mil	R\$ 5,86	R\$ 4.841,47	6,66%
BR	Brasil	Meta	Campanha Secundária 3	Alcance	Público geral interessado no papel da Química na vida cotidiana, profissionais e estudantes da área, empresas químicas, imprensa, formadores de opinião e poder público.	180 dias (janeiro, fevereiro, março, abril, maio e junho)	825 mil até 2.388 mi	17.040 cliques - CPC R\$ 0,25	CPM - Custo por mil	R\$ 5,86	R\$ 4.841,47	6,66%

No intento de aprimorar sua posição na competição em curso, a empresa Brasil84 opta por apresentar apenas uma pequena parte do plano de mídia proposto pela **Agência Euro**, negligenciando a exposição integral deste plano. A mencionada recorrente acusa a **Euro** de não estar em conformidade com os termos do edital, quando, na realidade, é a própria Brasil84 que não atendeu a um requisito essencial estipulado no referido documento de licitação, a saber: a inclusão de três campanhas "Always On" em seu plano de mídia.

Com base nos elementos e evidências apresentados, é patente que a empresa Brasil84 empreendeu uma tentativa de ludibriar a Comissão e tumultuar o processo licitatório ao fragmentar a proposta da Euro, negligenciando a integralidade do plano de mídia. Nesse contexto, ressalta-se que é a Brasil84 a responsável por uma grave infração ao desconsiderar um requisito claramente estipulado no edital, que demandava a inclusão de três campanhas "Always On" na elaboração da Estratégia de Mídia.

Diante da flagrante violação dos parâmetros estabelecidos no documento licitatório, a Euro, com todo o respeito, solicita que seja desconsiderada a requisição da Brasil84 para a desclassificação desta Recorrida. Ao mesmo tempo, reforça as razões de seu recurso administrativo já interposto e requeira redução da pontuação atribuída à Brasil84 para zero, dado o seu descumprimento de um item crucial do certame.

Agência Euro de Comunicação e Marketing

AV. Borges de Medeiros, 2500/1502 - Praia de Belas Prime Offices - Bairro Praia de Belas - Porto Alegre / RS,
Cep: 90030-102 - fone: (051) 3178-5800 / Site: www.agenciaeuro.com.br / Facebook: @euroagencia

ALV



4.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

No que se refere à Capacidade de Atendimento, a Brasil84 levantou questionamentos injustificados, baseados em argumentos tendenciosos. A principal alegação gira em torno da suposta falta de atendimento, por parte da **Euro**, a um requisito específico do edital, que se refere à alínea "d" do item 11.6.

É crucial destacar que a Brasil84 cometeu um erro substancial ao isolar trechos da documentação da Euro relacionados à Capacidade de Atendimento, que não guardam relação alguma com a mencionada alínea "d". Isso se caracteriza como uma tentativa evidente de ludibriar a Comissão e criar tumulto no processo de licitação, deliberadamente omitindo a totalidade da proposta da **Euro**. Essa atitude grosseira não condiz com os princípios de integridade que regem os processos licitatórios e merece uma apreciação atenta por parte da Comissão.

Para esclarecer, a **Euro** apresentou, em sua Capacidade de Atendimento, uma seção especialmente dedicada à Sistemática de Atendimento, a partir da página 37 de sua proposta. Isso pode ser facilmente verificado por meio do recorte de, pelo menos, quatro páginas (abaixo) da documentação apresentada pela **Euro**. Portanto, é injusto e inapropriado acusar a Euro de não cumprir com o requisito em questão, pois a documentação apresentada atende claramente às especificações exigidas no edital.

ALV



SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

37

@euroagencia

Gestão por Processos

A Euro possui a estrutura, a experiência e o conhecimento necessários para o pleno atendimento e o gerenciamento da verba das contas de clientes públicos. Para isso, semanalmente são realizadas reuniões estratégicas e operacionais onde se debate a situação de cada cliente, a análise de mercado e o levantamento de possíveis oportunidades.

Nesse processo, o Planejamento é agente vital e integral, pois realiza todo o estudo através de análises de dados recolhidos por ferramentas como Google Analytics, monitores de publicidade e pesquisas.

Os dados são cruzados pelo Business Intelligence para a criação de uma concepção mais estratégica do contexto mercadológico do cliente, trazendo soluções mais adequadas e certeiras. Tudo isso é compartilhado em uma sistemática horizontal e sem hierarquia entre todos os setores, a qual apresentaremos a seguir.

Devido ao seu crescimento contínuo e a fim de garantir uma maior fluidez e assertividade aos trabalhos, a Euro implementou uma metodologia baseada na gestão por processos, um método mais ágil e efetivo para realização e acompanhamento dos trabalhos. Nesse modelo, os colaboradores possuem uma visão sistêmica de todo o negócio, com entendimento de todas as etapas dos processos. E através de métodos ágeis, como Kanban e Scrum, é realizada a execução das demandas, contribuindo na melhora das relações pessoais e do ritmo de desenvolvimento dos trabalhos.

Em outras palavras, a agência trabalha com o objetivo de ser uma empresa em que a informação é clara para todos, e as decisões são tomadas via equipe, não via indivíduo. O produto disso é uma empresa organizada, produtiva e continuamente preparada para evoluir e crescer sem abrir mão da qualidade do que é realizado.



38

@euroagencia

Fases do processo

Na EURO, aplicamos a gestão por processos em todas as demandas. Isso significa que cada trabalho passa por cinco fases:



Análise e planejamento

Entrada do cliente na agência, onde ocorre a análise do cenário e o desenvolvimento do planejamento que guiará as ações.



Concepção Estratégica

Elaboração do desenvolvimento da estratégia para uma demanda específica, garantindo uma estratégia qualificada.



Modelagem

Nessa fase, a agência passa a modelar a estratégia, dando forma e preparando para executar a demanda.



Execução

É a fase de execução do que foi modelado, com a realização de entrega final e a finalização do projeto.



Avaliação

Etapa de análise de todo o processo, com avaliação interna e a apresentação dos resultados ao cliente.



39

@euroagencia

Sistema de Gestão

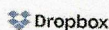
Para a realização dessas fases e otimização da gestão da agência, todas as operações são apoiadas por softwares e sistemas de armazenamento em nuvem, essenciais para a realização do trabalho híbrido.



Software para gerenciamento dos serviços que integram a agência, onde todo o fluxo fica registrado, oferecendo mais produtividade para os trabalhos.



Sistema de rede para backup de todos os dados, onde os colaboradores podem acessar qualquer arquivo, respeitando, obviamente, as políticas de acesso do usuário.



Ferramenta de backup em que todos os materiais da agência são armazenados e compartilhados, permitindo que todos os arquivos estejam sempre acessíveis.



Experiência no mercado, a 2ti Informática oferece soluções personalizadas e eficazes para a agência Euro. Os serviços incluem consultoria em TI, configuração de servidores, rotinas de backup, helpdesk, entre outros.



40

É imperativo destacar a seriedade da acusação feita pela Brasil84 contra a Euro, visto que a recorrente Brasil84 optou por selecionar de forma arbitrária uma única

Agência Euro de Comunicação e Marketing

AV. Borges de Medeiros, 2500/1502 - Praia de Belas Prime Offices - Bairro Praia de Belas - Porto Alegre / RS,
Cep: 90030-102 - fone: (051) 3178-5800 / Site: www.agenciaeuro.com.br / Facebook: @euroagencia

ALV

página da Capacidade de Atendimento apresentada pela **Euro**, mais uma vez ignorando a integralidade da documentação.

Diante dos fatos apresentados, que inequivocamente demonstram o pleno atendimento, pela Euro, de todas as alíneas estipuladas no edital no tocante ao critério de Capacidade de Atendimento, a Euro solicita de maneira respeitosa que a Comissão desconsidere a requisição recursal da Brasil84 para redução da pontuação atribuída a esta recorrida. Ademais, é imperativo destacar a conduta extremamente grave por parte da licitante Brasil84, ao proferir acusações infundadas contra a Euro, baseando-se em supostas evidências que carecem de veracidade, numa clara tentativa de ludibriar a Comissão e perturbar o processo licitatório.

5 – DO PEDIDO

Os argumentos acima reforçam a total observância ao edital e a qualidade da proposta técnica da **Euro** Comunicação, ora recorrida, e apontam graves acusações infundadas de veracidade por parte da Brasil84. Por essa razão, a **Euro** requer que todos os pedidos recursais realizados pela Brasil84 em seu recurso administrativo sejam julgados improcedentes, de modo a:

Com relação à sua proposta técnica:

- **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** desconsiderar o pedido da Brasil84 de minoração da nota ou desclassificação da Euro;
- **Capacidade de Atendimento:** desconsiderar o pedido da Brasil84 de minoração da nota da Euro.

Com relação à proposta da Brasil84:

- **Plano de Comunicação Publicitária:** minoração da nota da Brasil84 para zero por desconsiderar as campanhas “Always On” em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia.



Os pedidos e recomendações acima devem ser considerados como contribuições ao trabalho da Comissão, que tem por finalidade zelar pelo cumprimento das leis que regem a concorrência pública e contribuir para que seja selecionada a melhor proposta.

Caso, por fim, após os trâmites legais, essa douta Comissão não entenda pelos provimentos, requer seja o presente recurso encaminhado para análise da Autoridade Superior, nos termos do § 4º do art. 109 da Lei n. 8.666/93.

Pede deferimento.

Assinado digitalmente por:
ARTHUR LUIS MACHADO DA VEIGA
CPF: *** 422.300-**
Certificado emitido por AC REDE IDEIA RFB
Em nome de LENCINA MARQUES E JOHANN
PUBLICIDADE E CONSULTORIA
CNPJ: 29.325.342/0001-63
Data: 24/10/2023 13:50:52 -03:00



Brasília, 24 de outubro de 2023

Arthur Lencina
Sócio Proprietário
LENCINA, MARQUES & JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA
CNPJ: 29.325.342.0001/63

Esse documento foi assinado por ARTHUR LUIS MACHADO DA VEIGA. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/YC554-EU8JY-EPR8T-H45M9>

ALV



MANIFESTO DE ASSINATURAS



Código de validação: YC554-EU8JY-EPR8T-H45M9

Esse documento foi assinado pelos seguintes signatários nas datas indicadas (Fuso horário de Brasília):

- ✓ ARTHUR LUIS MACHADO DA VEIGA (CPF ***.422.300-**) - LENCINA MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORI (CNPJ 29.325.342/0001-63) em 24/10/2023 13:50 - Assinado com certificado digital ICP-Brasil

Para verificar as assinaturas, acesse o link direto de validação deste documento:

<https://app.ideiasigner.com.br/validate/YC554-EU8JY-EPR8T-H45M9>

Ou acesse a consulta de documentos assinados disponível no link abaixo e informe o código de validação:

<https://app.ideiasigner.com.br/validate>