



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360

**À COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE  
VEREADORES DE CARLOS BARBOSA, E OU AUTORIDADE  
SUPERIOR.**

**Ref. EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001/2023.**

**LENCINA, MARQUES & JOHANN PUBLICIDADE E  
CONSULTORIA LTDA. AV. BORGES DE MEDEIROS, 2500/ CJ  
1009 - PRAIA DE BELAS PRIME OFFICES - BAIRRO PRAIA DE  
BELAS – PORTO ALEGRE / RS, CEP: 90030-102 – FONE: (051)  
3178-5800, já qualificada nos autos do procedimento  
da referência, vem à presença de Vossa Senhoria apresentar  
**CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto pela empresa **ALVO  
GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME** nos  
termos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, Lei  
Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e Lei nº  
12.232/2010, conforme as razões que passa a expor:**

**I - DO DIREITO PLENO DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO  
ADMINISTRATIVO.**

A CONTRARRAZOANTE solicita que o Ilustre Sr. Pregoeiro e esta douta  
Comissão de Licitação, conheça as **CONTRARRAZÕES** e analise todos os  
fatos apontados, tomando para si a responsabilidade do julgamento.



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360

Ilustre Pregoeiro, o respeitável julgamento das **CONTRARRAZÕES** apresentadas, recai neste momento para sua responsabilidade, o qual a empresa **CONTRARRAZOANTE** confia na lisura, na isonomia e na imparcialidade a ser praticada no julgamento em questão, onde a todo o momento demonstraremos nosso Direito Líquido e Certo e o cumprimento pleno de todas as exigências do presente processo de licitação.

**II - DAS RAZÕES RECURSAIS DA EMPRESA ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME.**

**QUANTO A DIVERSOS EQUÍVOCOS COMETIDOS PELA RECORRIDA EM SUA PROPOSTA E AFRONTAS CLARÍSSIMAS AO EDITAL**

Alega a RECORRENTE que a CONTRARRAZOANTE COMETEU DIVERSOS EQUÍVOCOS EM SUA PROPOSTA AFRONTANDO AO DISPOS EM EDITAL, premissa totalmente equivocada, pois a própria Subcomissão técnica em sua avaliação aponta o fato que a RECORRIDA LENCINA, MARQUES & JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA não pontuou ao máximo por conta desse equívoco, como mostra o trecho extraído da Ata com as notas e justificativas deste subquesto "Raciocínio Básico"

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA "02" - LENCINA, MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
Raciocínio Básico	Demonstrou não ter conhecimento muito aprofundado sobre o município de Carlos Barbosa (não se destaca pela produção vinícola),	8,0

	no entanto propôs de forma clara os entendimentos sobre os desafios da comunicação a serem enfrentados.	
--	---	--

Cabe ressaltar que neste fato a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) está querendo alterar a pontuação somente com base e meramente em sua visão pessoal dos



fatos, que por sua vez está tentando levar a Subcomissão Técnica e a Comissão Permanente de licitação ao erro.

Também cumpre ressaltar, que a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) cometeu uma série de equívocos neste subquesto "Raciocínio Básico" e que, com sabedoria, técnica e clareza da Subcomissão Técnica, também teve sua peça avaliada e sua nota minorada pelo seu descuido, mas poderíamos nós em uma visão meramente pessoal, também dizer que a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) teria de ser desclassificada ou sua pontuação reduzida, por conforme a Subcomissão Técnica apontou em sua justificativa, que a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) "apresentou proposta para o problema de comunicação de forma muito genérica". (grifei)

Logo pode se entender que a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) não demonstrou zelo pelo desafio apresentado revelando total desleixo pelo Legislativo Municipal e pelo certame público.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA "01" - ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
Raciocínio Básico	Demonstra conhecimento sobre o município de Carlos Barbosa e a Câmara de Vereadores, porém <u>apresentou proposta para o problema de comunicação de forma muito genérica.</u>	8,0

### QUANTO AO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – ENVELOPE Nº 1 - VIA NÃO IDENTIFICADA

Alega a RECORRENTE que a CONTRARRAZOANTE DESRESPEITOU O PRINCÍPIO DA ISONOMIA POR PARTE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÕES, então vejamos:

#### I. DESCUPRIMENTO DOS ITENS 7.2.1.5, 7.3.3 E 15.10.2 DO EDITAL

Em mais uma série de ilações cometidas o que já tem sido praxis da RECORRENTE (ALVO GLOBAL), ataca de forma jocosa a douta Comissão Permanente de Licitação, que fez o seu trabalho de forma isenta e ilibada e que



por esse zelo e profissionalismo exercido pela Comissão Permanente de Licitação, não merece prosperar os pedidos da RECORRENTE (ALVO GLOBAL).

Cabe ressaltar que, a série de ilações levantada de forma fantasiosa pela RECORRENTE (ALVO GLOBAL) não passam mais uma vez de mera opinião pessoal pelos seguintes fatos:

Como narrado em seu recurso a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) "**também o desrespeito do princípio da isonomia por parte da Subcomissão Técnica**" (grifei), a Subcomissão Técnica, se quer participou da sessão pública de entrega dos envelopes ocorrida no dia 15/08/2023 e registrada em Ata, além disso o edital em seu item 15.1.2. é claro que é VEDADA a participação Subcomissão Técnica

**15.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.**  
(grifei)

Já a Comissão Permanente de Licitação, que essa sim, participou da Primeira Sessão, conforme está explícito no edital, item 17.7 não identificou qualquer uma das Licitantes no ato da entrega dos envelopes conforme registrada e assinada por todos os presentes inclusive pela RECORRENTE (ALVO GLOBAL).

No tocante da dedução feita pela RECORRENTE (ALVO GLOBAL) da forma da entrega dos materiais dos invólucros o edital é cristalino e não veda a forma como foi apresentado pela RECORRIDA LENCINA, MARQUES & JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA o invólucro 01 (via não identificada) que por sua vez o invólucro 02 (via identificada) deve ser idêntico ao invólucro 01 (via não identificada), e neste caso a única diferença exigida no edital era que não havia a necessidade de incluir as peças criativas do invólucro 01 (via não identificada) foi respeitada por essa CONTRARRAZOANTE.



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360

Mais uma vez RECORRENTE (ALVO GLOBAL) cria fatos e tenta tumultuar o processo. O invólucro 02 (via identificada) é idêntico ao invólucro 01 (via não identificada), para posterior conferência em momento oportuno na sessão a ser chamada e conduzida pela Comissão Permanente de Licitação.

Além de todos fatos narrados, a RECORRENTE (ALVO GLOBAL), por desconhecimento ou por má-fé ao longo de todo o seu recurso vem tentando induzir a Subcomissão Técnica e a Comissão de Licitação Permanente, uma vez que está explícito nos edital e registrado em ATA, que a Subcomissão Técnica só recebeu o invólucro 03 (**via identificada**) após a entrega das notas e justificativas da Subcomissão Técnica e a Comissão. Tal ato é previsto por Lei e pelo edital justamente para não identificar as licitantes.

*Ata III de sessão pública, realizada às dezesseis horas do dia primeiro de setembro de dois mil e vinte três, na sala de Licitações da Prefeitura Municipal, sito à Rua Assis Brasil, número onze, em Carlos Barbosa, que tem como objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda institucional, divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara de Vereadores de Carlos Barbosa. Presentes os membros da Comissão de Licitações: Gabriel Guarnieri, Jorge de Souza Bronzato Jr. e Tais Aimi. **A Comissão de Licitações recebeu os invólucros nº 1 de cada participante com as respectivas notas e justificativas da Subcomissão Técnica. Tendo em vista que nenhuma das participantes interpôs recurso à avaliação, são encaminhados à Subcomissão Técnica os invólucros nº 3 de cada licitante para avaliação.** Nada mais havendo a constar, foi encerrada a presente sessão, cuja ata foi lavrada e assinada pela comissão de licitações. (grifei)*

Dessa forma, a manutenção das notas auferidas à CONTRARRAZOANTE, sob o ponto de vista jurídico pelo cumprimento de uma exigência considerada essencial ou material, e sem falar em mera formalidade, pois a esta entregou



exatamente o que comprova a sua condição material e substancial exigida em Edital.

O princípio da legalidade, em matéria de licitação, é de suma relevância, pois constitui um procedimento inteiramente vinculado à lei.

Tal obrigatoriedade atinge a todos os agentes públicos que, no exercício de suas funções, não poderão desvincular-se das balizas impostas pelas normas que incidam sobre o tema de licitações e contratos, sob pena de ilegalidade dos atos que praticarem, e do desencadeamento de sanções civil, penal e administrativa.

#### **QUANTO AO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Alega a RECORRENTE que a CONTRARRAZOANTE NÃO APRESENTOU O BRIEFING, CONFORME FORA SOLICITADO, REQUERENDO QUE SUA NOTA SEJA ZERADA E QUE, POR CONSEQUÊNCIA, SEJA DESCLASSIFICADA DO CERTAME.

Por conta de não ter obtido as notas que desejavam a RECORRENTE (ALVO GLOBAL), mais uma vez levanta pontos inverídicos, mostrando que faltou criatividade na disputa e que está toda sendo usada em seu recurso para construir uma bela peça de ficção.

No que tange o item 7.2.1 (b) a palavra "conforme" não significa "idêntico". A etimologia palavra "conforme", no português, segundo o dicionário tem o seguinte significado: "**de acordo com, em concordância com**". Não necessitando de notório saber jurídico ou profundo conhecimento da língua portuguesa escrita e sim uma rápida pesquisa e interpretação do edital, é claro que a proposta m do Plano de Comunicação Publicitária tem que estar de acordo com o que foi pedido no *briefing* e foi o que essa CONTRARRAZOANTE o fez, seguiu na íntegra esse item do edital.

Dessa forma, não cabe prosperar tal pedido descabido da RECORRENTE (ALVO GLOBAL).



---

## QUANTO A IDEIA CRIATIVA

Alega a RECORRENTE que a CONTRARRAZOANTE AO APRESENTAR UMA PEÇA A MAIS, NÃO SOMENTE DESCUMPRIU DETERMINAÇÃO EXPRESSA NO EDITAL COMO TAMBÉM OBTEVE VANTAGEM DESLEAL PERANTE AS DEMAIS CONCORRENTES, SOLICITANDO A DESCLASSIFICAÇÃO DA MESMA, POR COMETIMENTO DE ATO DIVERGENTE DO EXIGIDO NO EDITAL.

Os argumentos RECORRENTE (ALVO GLOBAL), no subquesto "**ideia criativa**" mais uma vez vem de forma apelativa e inverídica tentar obter pontuação de forma indevida por conta de não ter obtido as notas que desejavam no em suas peças.

A proposta desta CONTRARRAZOANTE destaca a importância de uma linha visual criativa para a Câmara Municipal de Carlos Barbosa, visando aprimorar a comunicação, engajar o público e manter uma consistência visual. Através da escolha cuidadosa das cores e tipografias, busca-se estabelecer uma identidade que facilite o reconhecimento da instituição em todas as peças de comunicação, independentemente do contexto em que são apresentadas. Essa abordagem promove a transparência e a confiança, ao mesmo tempo em que assegura uma coerência criativa ao longo de toda a campanha publicitária, garantindo que a Câmara Municipal de Carlos Barbosa seja percebida como uma entidade sólida e comprometida com seus objetivos.

De forma alguma inserimos peças a mais que o permitido, como alega a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) em nossa entrega constam as peças exigidas pelo edital. Este argumento criativo RECORRENTE (ALVO GLOBAL) é descabido, pois o que está nas peças além da boa técnica é a pura criatividade aplicada pela CONTRARRAZOANTE, assinando as peça o que está dentro da nossa estratégia competitiva, que faz parte da livre disputa respeitando fielmente o edital e a RECORRENTE (ALVO GLOBAL)



## QUANTO A ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Alega a RECORRENTE que a CONTRARRAZOANTE NUM ATO DE COMPLETA INSUBORDINAÇÃO ÀS REGRAS ESTABELECIDAS, DELIBERADAMENTE OPTOU POR DISSEMINAR DE MANEIRA IMPERTINENTE PEÇAS ADICIONAIS, INCLUINDO BOTONS, BANNERS, FULL BANNERS, POP-UPS, CARDS E VÍDEOS. TENDO EM VISTA TAL SITUAÇÃO, A RECORRIDA LOGROU VANTAGEM PERANTE AS DEMAIS CONCORRENTES, EIS QUE NÃO SE DETEVE A SOLICITAÇÃO EDITALÍCIA, VEICULANDO PEÇAS ADICIONAIS, DEIXANDO SUA PROPOSTA DE MÍDIA MAIS ROBUSTA E ATRATIVA. NESTE PONTO, É CRUCIAL ENFATIZAR A GRAVIDADE DA SITUAÇÃO RELACIONADA A INCLUSÃO DE TAIS PEÇAS À ESTRATÉGIA DE MÍDIA, UMA VEZ QUE PRECISAM OBRIGATORIAMENTE ESTAR INCLUSAS NOS CUSTOS DE PRODUÇÃO, O QUE A RECORRIDA NÃO FEZ.

Conforme citado na página 7, do EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001/2023:

*“7.2.1.3 – Ideia Criativa – sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios, obrigatoriamente: – Jornal; - Folder; - Rádio; - Internet; - Panfleto.”*

Está claro que a limitação se restringe na apresentação de exemplos de peças publicitárias, no que tange à ideia criativa, não na campanha como um todo, mesmo porque uma campanha consistente não se desenrola com apenas 5 (cinco) peças. Além disso, em nenhum momento, foi citado um número limitador de recursos a serem utilizados, tanto em Mídia, quanto em Não Mídia, desde que se enquadrem no orçamento estipulado no presente edital.

Os custos de produção, em nenhum momento, foram omitidos:



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360

A – Ao mencionar youtube (vídeo) e Instagram (reels), aproveitamos os recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Vereadores de Carlos Barbosa, conforme descritos na página 32 do EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001/2023.

Esses vídeos e reels serão produzidos de forma orgânica com conteúdo social. Não necessita de produção. Não necessita de um profissional técnico audiovisual para desenvolver este trabalho. Qualquer pessoa poderá fazê-lo, desde que tenha domínio dos recursos de um celular e das redes sociais.

Sobre as fotografias utilizadas na landing page, não precisam ser produzidas, podem ser adquiridas a partir de um banco de imagens free ou por meio da inteligência artificial. E sobre o valor de hospedagem da landing page, o mesmo está inserido na planilha apresentada com o valor total da produção de R\$ 2.000,00.

#### Planilha 1 PRODUÇÃO

MEIO/PEÇA	DESCRIPTIVO	QUANTIDADE	UNITÁRIO	CUSTO TOTAL <sup>1</sup>	%
RÁDIO	SPOT 30", TRILHA PESQUISADA, LOCUÇÃO, EFEITOS SONOROS	3	R\$ 539,00	R\$ 1.617,50	28,0%
LANDING PAGE	DESENVOLVIMENTO E CONSTRUÇÃO DE 1 PÁGINA COM INTEGRAÇÃO E OTIMIZAÇÃO COM SEO	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	34,6%
PANFLETO	PAPEL COUCHÊ 170G, CORTE RETO, COR 4X4, FORMATO A5	800	R\$ 0,99	R\$ 792,00	13,7%
FOLDER	PAPEL COUCHÊ 170G, TRÊS DOBRAS, FINCO, CORTE RETO, COR 4X4, APLICAÇÃO DE VERNIZ LOCALIZADO UV FORMATO 30CM X 15CM ABERTO, 10X 15 FECHADO	800	R\$ 1,24	R\$ 992,00	17,1%
BOTONS	BOTOM 4,5CM DE DIÂMETRO, COM ALFINETE	400	R\$ 0,95	R\$ 380,00	6,6%
TOTAL				R\$ 5.781,50	100,0%

<sup>1</sup> custo total produção

No briefing (conforme descrito no EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001/2023, da Câmara Municipal de Vereadores de Carlos Barbosa, página 31), claramente, está expresso “Pessoas de ambos os sexos, maiores de 16 anos, residentes em Carlos Barbosa. Moradores e eleitores de cidades vizinhas, que estejam ligados de alguma forma ao município de Carlos Barbosa. Todo e



---

qualquer usuário de serviços prestados pela Administração Municipal.”

Tomando-se por base nessas orientações, enfocamos nos principais e relevantes veículos de comunicação do município de Carlos Barbosa e, também de cidades adjacentes, com o intuito de trazer a completude no plano e atingir uma maior abrangência e audiência para as ações destinadas à Câmara de Vereadores de Carlos Barbosa. Além de tudo cabe salientar que em seu argumento quase medieval a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) argumenta que uma "mídia ou estratégia de mídia deve-se limitar-se somente a municipalidade local". O que seria da cidade de Gramado por exemplo se aplicasse essa estratégia míope?

Então, podemos salientar:

**Ampliação do público:** além dos residentes de Carlos Barbosa, a campanha também pretende alcançar "moradores e eleitores de cidades vizinhas, que estejam ligados de alguma forma ao município de Carlos Barbosa". Isso indica que a campanha busca envolver pessoas de áreas próximas que tenham algum tipo de ligação com Carlos Barbosa, seja por interesse político, econômico ou social.

**Alcance amplo:** ao referir-se "Todo e qualquer usuário de serviços prestados pela Administração Municipal." Isso sugere que a campanha deseja atingir qualquer pessoa que utilize os serviços oferecidos pela administração municipal, independentemente de sua localização geográfica ou conexão direta com Carlos Barbosa.

Sendo assim, comparativamente, utilizamos 5 (cinco) emissoras de Rádio (estimativa de 133.000 ouvintes por minuto), enquanto o oponente utilizou 2 (duas) emissoras (estimativa de 30.000\* ouvintes por minuto); utilizamos 3 (três) jornais (estimativa de circulação total de 39.500), enquanto o oponente utilizou 1 (um) (estimativa de circulação total de 2.500); no que tange às mídias digitais nos equiparamos ao concorrente.



---

Veículos utilizados no Plano de Mídia:

RÁDIOS:

- Rádio Estação 89.5 FM - Carlos Barbosa e região. Estimativa de picos de mais de 25 mil ouvintes por minuto.
- Rádio Tamaran 91.5 FM – Estimativa de picos de mais de 25 mil ouvintes por minuto na região. Cobertura: Alto Feliz, Arroio dos Ratos, Barão, Bom Principio, Brochier, Butiá, Canoas, Capela de Santana, Carlos Barbosa, Charqueadas, Cruzeiro do Sul, Dois Irmãos, Estância Velha, Estrela, Farroupilha, Feliz, General Camara, Harmonia, Ivoti, Lajeado, Maratá, Marques de Souza, Mato Leitão Montenegro, Morro Reuter, Nova Santa Rita, Nova Petrópolis, Novo Hamburgo, Pantano Grande, Pareci Novo, Paverama, Poço das Antas, Rio Pardo, Salvador do Sul, Santa Maria do Herval, São José do Sul, São Leopoldo, São Pedro da Serra, São Sebastião do Caí, Taquari, Triunfo, Tupandi, Vale Real.
- Rádio Caxias- Estimativa de picos de mais de 50 mil ouvintes por minuto na região. Cobertura: Alto Feliz, Ana Rech, Anta Gorda, Antônio Prado, Arroio do Meio, Arvorezinha, Bento Gonçalves, Bom Retiro, Campestre da Serra, Canela, Carlos Barbosa, Casca, Caxias do Sul, Cruzeiro do Sul, Dois Irmãos, Dois Lajeados, Encantado, Estância Velha, Estrela, Fagundes Varela, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Gramado, Igrejinha, Ilopólis, Ipê, Ivoti, Lajeado, Linha Nova, Monte Belo do Sul, Montenegro, Mussum, Nova Araça, Nova Bassano, Nova Bréscia, Nova Milano, Nova Pádua, Nova Prata, Nova Roma do Sul, Parai, Presidente, Protásio Alves, Salvador do Sul, Santa Tereza, São Francisco de Paula, São marcos, São Sebastião do Caí, São valentim do Sul, São Vendelino, Serafina Correa, Teotônia, Três Coroas, Tupandi, Vacaria, Veranópolis, Vila Flores Vista Alegre da Prata.
- Rádio Massa – Estimativa de picos de mais de 23 mil ouvintes por



minuto na região. Cobertura: Alto Feliz, Araricá, Barão, Bom Princípio, Campo Bom, Canela, Capela de Santana, Caraá, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Dois Irmãos, Farroupilha, Feliz, Flores da Cunha, Glorinha, Gramado, Harmonia, Igrejinha, Ivoti, Lindolfo Collor, Linha Nova, Maquiné, Morro Reuter, Nova Hartz, Nova Padua, Nova Petrópolis, Pereci Novo, Parobé, Picada Café, Portão, Presidente Lucena, Riozinho, Rolante, Salvador do Sul, Santa Maria do Herval, Santo Antonio da Patrulha, São Francisco de Paula, São José do Hortêncio, São José do Sul, São Marcos, São Pedro da Serra, São Vendelino, Sapiranga, Taquara, Três Coroas, Tupandi, Vale Real

- Rádio Imperial – Estimativa de mais de 35 mil ouvintes por minuto na região. Cobertura: Alto Feliz, Alvorada, Antônio Prado, Arambaré, Araricá, Arroio do Padre, Barão, Barão do Triunfo, Barra do Ribeiro, Bento Gonçalves, Boa Vista do Sul, Bom Jesus, Bom Princípio, Brochier, Cachoeirinha, Camaquã, Cambará do Sul, Campestre da Serra, Campo Bom, Candelária, Canela, Canguçu, Canoas, Capela de Santana, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Charqueadas, Colinas, Cruzeiro do Sul, Dois Irmãos, Eldorado do Sul, Estância Velha, Esteio, Estrela, Farroupilha, Fazenda Vila Nova, Feliz, Flores da Cunha, Garibaldi, General Camara, Glorinha, Gramado, Gravataí, Guaíba, Guaporé, Harmonia, Igrejinha, Imigrante, Ivoti, Jaquirana, Lajeado, Lindolfo Collor, Linha Nova, Maratá, Mariana Pimentel, Monte Belo do Sul, Montenegro, Morro Reuter, Nova Hartz, Nova Petrópolis, Nova Prata, Nova Santa Rita, Novo Hamburgo, Pareci Novo, Parobé, Paverama, Picada Café, Poço das Antas, Portão, Porto Alegre, Presidente Lucena, Riozinho, Rolante, Salvador do Sul, Santa Clara do Sul, Santa Cruz do Sul, Santa Maria do Herval, São Francisco de Paula, São Jerônimo, São José do Hortêncio, São José do Sul, São José dos Ausentes, São Leopoldo, São Lourenço do Sul, São Pedro da Serra, São Sebastião do Caí, São Vendelino, Sapiranga, Sapucaia do Sul, Sertão Santana, Taquara, Taquari,



---

Teutônia, Três Coroas, Triunfo, Tupandi, Vacaria, Vale do Sol.

**JORNAIS:**

- Contexto – Carlos Barbosa . Circulação: 2.500
- Semanário – Carlos Barbosa, Bento Gonçalves, Monte Belo, Pinto Bandeira, Santa Tereza e Garibaldi. Circulação: 7.000
- Pioneiro – Carlos Barbosa e região serrana. Circulação: 30.000

**MÍDIAS DIGITAIS:**

- Investimento em mídia voltada para os residentes da Cidade de Carlos Barbosa e entorno, usuários dos serviços prestados pela rede municipal, ambos os sexos, 16 anos +

**QUANTO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – ENVELOPE Nº 3**

Alega a RECORRENTE que a CONTRARRAZOANTE NA APRESENTAÇÃO DE SEUS PROFISSIONAIS DEIXOU DE INFORMAR O CONTATO DE TODOS, DESTACA-SE QUE FORAM APRESENTADOS 29 (VINTE E NOVE) PROFISSIONAIS, SEM QUE CONSTASSE QUALQUER INFORMAÇÃO A RESPEITO DE CONTATOS, NÃO CUMPRIU POR COMPLETO O SOLICITADO, DEIXANDO DE TRAZER A ESTRATÉGIA PARA CONTINUIDADE DOS SERVIÇOS DE ATENDIMENTO, EM HAVENDO SUBSTITUIÇÃO DO FUNCIONÁRIO RESPONSÁVEL. SENDO ASSIM, MERECE TER SUA NOTA MINORADA EM FUNÇÃO DA FALTA DE INFORMAÇÕES DO ITEM 7.4.4 DO EDITAL.

Neste argumento quase que "desesperado" levantado de forma completamente desconectada da realidade no que se diz respeito aos contatos dos profissionais redigido pela RECORRENTE (ALVO GLOBAL) contra esta CONTRARRAZOANTE, argumentamos que basta uma simples revisada nos profissionais apresentados pela RECORRENTE (ALVO GLOBAL), somente



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360

dois profissionais tem e-mails com os seus nomes, telefones celulares diferente e um telefone fixo, o restante dos profissionais com contatos genéricos que não garante certeza nenhuma que o órgão público estará em contato com o profissional descrito.

Além destes fatos, narrados, percebe-se que o assessor jurídico da RECORRENTE (ALVO GLOBAL) consta no rol de de profissionais da RECORRENTE (ALVO GLOBAL) a disposição do órgão licitante e por tanto membro da equipe, mas um breve lida na apresentação deste profissional, percebe-se que o mesmo não integra a equipe e sim é um CONSULTOR, além dos seus contatos estarem errados na sua apresentação com e-mail não existente. Fato esse que é uma vantagem indevida e sim grave.

Já a esta CONTRARRAZOANTE, somente divulga os contatos dos profissionais após a assinatura de seus contratos ou quando vence os certames, pois temos um política de proteção de dados por conta da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e um compliance rigoroso no que tange este assunto além de um Conselho Consultivo que, a todo momento monitora toda e qualquer ação.

Cabe ressaltar que esta CONTRARRAZOANTE disponibilizou o contato da empresa assim como a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) também o fez.



Mail Delivery Subsystem <mailer-daemon@googlemail.com>  
para mim ▾

14:18 (há 0 minuto) ☆ ↶ ⋮



#### Endereço não encontrado

Sua mensagem não foi entregue a [jurifico@alvoglobal.com.br](mailto:jurifico@alvoglobal.com.br) porque o endereço não foi encontrado ou não pode receber mensagens.

A resposta do servidor remoto foi:

550 5.1.1 <[jurifico@alvoglobal.com.br](mailto:jurifico@alvoglobal.com.br)>: Recipient address rejected: User unknown in relay recipient table



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360



**ALVOGLOBAL** *12/1*

**LEONARDO ZORTEA**  
Consultor Jurídico - OAB/RS 103.929  
54 3452-6446 / [jurifico@alvoglobal.com.br](mailto:jurifico@alvoglobal.com.br)

**Formação**  
Graduado em Direito pela Universidade de Caxias do Sul.  
Extensões: Dissoluções Societárias e Pagamentos dos Haveres dos Sócios; Holdings como Estratégia de Negócios - Proteção Patrimonial e Sucessão Familiar;

**Experiência profissional**  
Com 7 anos de experiência jurídica, iniciou sua sólida trajetória como Analista Societário, abrangendo Legislação Empresarial, Processos Empresariais e Licitações. Além disso, atuou na advocacia em Direito Civil, Trabalhista e Empresarial/Societário, enriquecendo sua competência jurídica.

Graduado em Direito pela Universidade de Caxias do Sul, buscou ampliar seus conhecimentos com extensões em Dissoluções Societárias e Holdings como Estratégia de Negócios.

Para se manter atualizado, realizou cursos como Advogar em Direito Previdenciário e Curso Presencial Prático em Recursos no NCPD, entre outros.

Demonstra proficiência na língua inglesa, ampliando suas possibilidades de atuação em contextos internacionais.

Sua expertise em diversas áreas do Direito Empresarial o torna altamente qualificado para atender órgãos públicos e contribuir com políticas legais e societárias.

*12/1*

Já na estratégia para continuidade dos serviços a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) alega que esta CONTRARRAZOANTE, "deixou de apresentar" mais uma vez reforçamos o nosso compromisso com a verdade e refutamos mais um argumento fantasioso, uma vez que esta CONTRARRAZOANTE, apresentou em forma de conteúdo como funciona a suas estratégias de continuidade e atendimento, que por lógica é diferente e inovadora não sendo igual a da RECORRENTE (ALVO GLOBAL), uma vez que esta CONTRARRAZOANTE, por exemplo implementa o manual do cliente entre outras estratégias que tornariam essas contrarrazões extensa uma vez que já constam toda essa informação no Invólucro 03 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO.



### Ferramentas de Apoio

O Manual do Cliente é uma ferramenta vital para o gerenciamento da rotina de trabalhos. O mesmo é preenchido com todas as informações, dados e diretrizes de relevância sobre o cliente no momento que ele entra na agência. O mesmo tem fundamental importância para criação dos trabalhos, sendo referência para todos os profissionais que fazem parte do processo.

Além disso, garante mais assertividade às necessidades de comunicação, além de minimizar riscos e garantir a padronização entre todas as entregas.

Por fim, a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) alega que esta CONTRARRAZOANTE, entregou a mais no Invólucro 03 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO no subquesto Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, mais um argumento descolado da verdade e do edital, vez que o edital é claro sobre a entrega deste documento junto ao Invólucro 03 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO.

*“7.3. No Invólucro no 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.”  
(Grifei)*

Segundo o dicionário o significado da palavra "deverão" é conjugação do verbo **dever**; que tem a **obrigação de cumprir** alguma coisa; e segundo o dicionário o significado da palavra "acondicionados" é: empacotado; que está dentro de uma embalagem ou fica protegido por ela: instrumentos acondicionados.

Logo o edital em seu Item 7.3 é claro com os seus dois comandado "**deverão**" e "**acondicionado**" o que essa CONTRARRAZOANTE seguiu na íntegra e por tanto o pedido da RECORRENTE (ALVO GLOBAL), não merece prosperar



e pelo contrário, a RECORRENTE (ALVO GLOBAL) que deve ser sancionada com sua pontuação reduzida e sua desclassificação sumária por não cumprir o edital vez que a mesma claramente assume que não incluiu este documento importante para o certame com manda o edital.

Pois bem, a CONTRARRAZOANTE, não deixou de apresentar ou apresentou documento diverso ao exigido no Edital e Termo de Referência do certame em epígrafe. Toda a documentação foi encaminhada de forma correta, tanto que a CONTRARRAZOANTE foi aceita e classificada pela Comissão Técnica.

Conforme se extrai da regra inserta no parágrafo único do art. 4º da Lei 8.666/93, a licitação é regida pelo “PRINCÍPIO DO PROCEDIMENTO FORMAL”. Nesse sentido, o procedimento licitatório é vinculado às prescrições legais que o regem, em todos os seus atos e fases. Essas prescrições decorrem não só da lei em sentido estrito, mas, também, do regulamento, do edital ou convite, que complementa as normas superiores, tendo em vista a licitação a que se refere.

A demonstração dos requisitos de habilitação e de classificação nos procedimentos licitatórios é realizada por meio da produção de provas documentais que indiquem o cumprimento das exigências realizadas pela Administração no instrumento convocatório. Assim, regra geral, a validade do documento para demonstrar a regularidade do interessado e justificar a sua habilitação e classificação relativamente à exigência demonstrada, pressupõe sua emissão conforme os procedimentos para tal fim estabelecidos, e dentro do prazo de validade respectivo.

Destarte, a decisão da Comissão, obedeceu ao PRINCÍPIO DA LEGALIDADE, o qual celebra que Administração Pública é uma atividade que se desenvolve debaixo da lei, na forma da lei, nos limites da lei e para atingir os fins assinalados pela lei. É sempre necessária a previsão legislativa como condição de validade de uma atuação administrativa, porém, é essencial que tenham efetivamente acontecido os fatos aos quais a lei estipulou uma consequência.



O princípio da legalidade não pode ser entendido como um simples cumprimento formal das disposições legais. Ele não se coaduna com a mera aparência de legalidade, mas, ao contrário, requer uma atenção especial para com o espírito da lei e para com as circunstâncias do caso concreto.

Nos procedimentos licitatórios deve-se interpretar a Lei e o Edital como veiculando “exigências instrumentais”, expressão muito bem colocada por Marçal Justen Filho. É dizer, o certame não se presta a verificar a habilidade dos envolvidos em conduzir-se do modo mais conforme ao texto da lei, mas sim, a bem da verdade, a verificar se o licitante cumpre os requisitos de idoneidade e se sua proposta é satisfatória e vantajosa para a Administração.

Portanto, tais alegações da RECORRENTE se tratam de argumentações INFUNDADAS que tenta confundir a respeitada análise dessa ilustre Comissão.

Diante do exposto, fatos e direitos, a Administração deve manter classificada a CONTRARRAZOANTE E O INDEFERIMENTO DO RECURSO INTERPOSTO PELA RECORRENTE.

### **III – DOS PEDIDOS**

Por todo exposto, requer que:

- a) Não seja recebido o recurso da empresa **ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME**, em relação aos seus pedidos de desclassificação, inabilitação e revisão de pontuação desta CONTRARRAZOANTE.
- b) Seja no mérito julgado improcedente todos os pedidos formulados pela empresa **ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME**, por não estarem em consonância com a legislação pátria.
- c) Que seja mantida a decisão que classificação desta CONTRARRAZOANTE.



Dr. MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO  
OAB/RS 85.221  
Dr.ª AURE CARVALHO  
OAB/RS sob o n.º 22.360

---

d) Aplicação ao recurso do EFEITO HIERÁRQUICO, conforme determina o artigo 109, § 4º, da Lei Federal 8.666/93.

Termos em que

Pede deferimento.

Porto Alegre/RS, 05 de outubro de 2023.

*MARCELO GREGÓRIO DE SÁ VERLINDO*

*OAB/RS 85.221.*

*Aure Carvalho*

*AURE CARVALHO*

*OAB/RS 22.360*