



ILUSTRÍSSIMA SENHORA, PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU-SC

TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA, devidamente qualificada no Processo Licitatório, relativo à **CONCORRÊNCIA Nº 01/2024**, que tem por objeto a contratação de agência de propaganda e publicidade, por seu representante legal, respeitosamente vem à presença de Vossa Senhoria, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Lei nº 12.232 de 20 de abril de 2010, apresentar tempestivamente contrarrecurso em face da **ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA**, que se faz pelas razões a seguir aduzidas.

1) DO PROCESSO LICITATÓRIO

A licitação segue seu curso regular, encontrando-se na fase de contrarrecursos das Propostas Técnicas, visto que houve a disponibilização dos www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



recursos protocolados em meios oficiais do Município de Blumenau. O prazo concedido para apresentação do contrarrecurso é a data de 14/11/2024, portanto, tempestivo o presente contrarrecurso.

A **TEMPO BRASIL** vem à essa respeitável Comissão apresentar este contrarrecurso diante das infundadas acusações realizadas pela concorrente **ENGENHO** que, abraçadas a uma lamúria e sem qualquer efeito prático, emite conjecturas equivocadas acerca das peças da Tempo Brasil como forma de protelar o certame.

Abaixo listaremos de forma clara e explicativa os equívocos levantados pela citada concorrente, que busca, de forma desesperada, apontar “erros” na proposta apresentada pela Tempo Brasil que, ao contrário das demais, possui o objetivo de apresentar uma proposta transparente e justa para a Administração Pública.

Passamos aos fundamentos.

2) NÃO CONHECIMENTO DO RECURSO - CARÁTER PROTRELATÓRIO

De início, destaca-se que a concorrente ENGENHO DE IDEIAS busca a revisão das notas para reduzir a nota da Tempo Brasil para 179,5 pontos e da agência Criação para 175,5 pontos.

Assim, **requer-se** a revisão dos pontos das recorridas para que sejam à Tempo Brasil atribuídos 179,5 pontos e à Criação, 175,5 pontos.

A referida alteração das notas **em nada altera a classificação das concorrentes**, inclusive a agência Engenho permaneceria em 3º colocada, ou seja, não há sequer claro interesse na interposição deste recurso, possuindo como única e exclusiva motivação a protelação do certame.

Seguindo a classificação original, as concorrentes permaneceriam com a Tempo Brasil em primeiro, seguido pela Hub Criação e então a Engenho de Ideias:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



LICITANTE	ENVELOPE 1	ENVELOPE 3	TOTAL	
Agência Invente	103,5	42	145,5	DESCCLASSIFICADA
Agência Tempo Brasil	143,5	42	185,5	CLASSIFICADA
Agência E21	96,25	42	138,25	DESCCLASSIFICADA
Agência Huberciação	139,5	42	181,5	CLASSIFICADA
Agência Tiriva	120	42	162	DESCCLASSIFICADA
Agência Engenho de Ideias	132,5	42	174,5	CLASSIFICADA

Importante destacar que o edital veda expressamente a interposição de recursos de caráter eminentemente protelatórios, como é o caso do recurso em exame.

10.5. Não será admitida intenção de recurso de caráter protelatório, fundada em mera insatisfação da licitante, ou baseada em fatos genéricos.

Nesse sentido, não há outro caminho senão o do não conhecimento do presente recurso, considerando a ordem editalícia.

3) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A licitante aponta que a pontuação atribuída à capacidade de atendimento não corresponde à proposta apresentada e, por isso, deveria ser reduzida, contudo, esta argumentação não passa de mero inconformismo.

É sabido que as licitantes devem seguir o direcionamento impelido pelo edital. No caso da Capacidade de Atendimento, os itens são:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



4.3.1. Comprovação da capacidade de atendimento:

4.3.1.1. A comprovação da **Capacidade de Atendimento** deverá se dar por meio de:

Página 9 de 33



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Diretoria Geral



4.3.1.1.1. **quantificação e qualificação dos profissionais da licitante**, demonstrado com currículo sintético, que informe o nome, formação, tempo de função, experiência, bem como a área de atuação em que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: estudo e planejamento, criação, produção, mídia e atendimento, bem como indicação do tipo de vínculo mantido com a licitante;

4.3.1.1.2. **sistemática de atendimento**, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do Contrato, abrangendo os prazos necessários, em condições normais de trabalho, para a criação de campanha e a elaboração de plano de mídia;

4.3.1.1.3. **relação dos clientes** atuais da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento.

4.3.1.2. Não há limitação do número de páginas para apresentação da capacidade de atendimento.

Cada um dos itens acima delineados foram cumpridos com maestria pela Tempo Brasil, o que justifica a nota alcançada, tendo em vista que a Subcomissão aplica os critérios de avaliação previstos no edital para atribuir suas notas.

Através da quantificação e qualificação dos profissionais, assim como a dinâmica de atendimento apresentada e a quantidade e natureza dos clientes atuais, pode-se analisar que a licitante em questão possui infraestrutura adequada, bem como dispõem de uma série de informações de marketing ao Poder Legislativo de Blumenau.

O Edital pede apenas 3 itens: "4.3.1.1.1. quantificação e qualificação dos profissionais da licitante", "4.3.1.1.2. sistemática de atendimento", "4.3.1.1.3. relação
www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



dos clientes atuais da agência". Ora se a Tempo Brasil apresentou 100% dos 3 quesitos exigidos, com todas as informações completas, qual necessidade de se criar um fato novo exigindo da agência o inexigível? Uma completa invenção para tentar enganar a comissão e subcomissão. Merecia uma medida administrativa para coibir esse tipo de má índole.

Com isso, os apontamentos realizados pela Engenho de Ideias não trazem qualquer fundamento sólido, tendo em vista que a proposta apresentada demonstra com clareza o cumprimento dos itens editalícios.

4) ENVELOPE 01 – PROPOSTA SEGUE OS TERMOS DO EDITAL

A Engenho de Ideias quer fazer crer que a Tempo Brasil teria descumprido o edital com apresentação de redes sociais patrocinadas, todavia, o que se percebe é a falta básica de leitura da proposta antes de apresentar recursos com o único e exclusivo fim de atrasar o trâmite do certame ou desconhecimento ou atitude de má fé. Não é de se surpreender que a Agência tem a mesma prática de ingressar com qualquer tipo de recurso em toda e qualquer licitação que participa. Prática recorrente.

A estratégia de mídia e não mídia sugerida pela Tempo Brasil em nenhum momento induz a aquisição direta de mídia via Facebook ou Instagram, pelo contrário, sugere com clareza a contratação da *trading desk PUBLYA*, empresa especializada em gestão de mídia digital, que possui tabela de preços homologada.

O edital é extremamente claro ao dispor que a licitante deverá apresentar os valores reais das tabelas vigentes na data da publicação do edital, item que foi prontamente cumprido pela Tempo Brasil na apresentação da sua proposta.

O edital prevê o seguinte:

4.2.3.1.6. na simulação de mídia, a licitante deve considerar os valores reais das tabelas vigentes na data de publicação do edital, de preços dos veículos de comunicação;

A proposta da Tempo Brasil apresentou a seguinte tabela:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



18 175 431/0001 - 54

PUBLYA LTDA

Rodovia José Carlos Daux, 500 - Sala 302

JOSÃO PAULO - CEP 88030 - 000

FLORIANÓPOLIS - SC

João Paulo C. Nogueira

Publyta-Google Ads

Tabela de Preços - Setembro 2024

*Valores calculados com 20% de comissionamento de agência e negociação padrão. Descontos não são aplicados nesses produtos. Valores podem variar conforme dificuldade de entrega do briefing.

Tipo de Mídia	Device	Opções de Mídia - Estratégias	Tipo de Compra	Valor Tabela
Google - Standard	Desktop e Mobile	Adwords (Rede de Pesquisa) - Tráfego	CPC	R\$2,35
Google - Standard	Desktop e Mobile	Adwords (Rede de Pesquisa) - Conversão	CPC	R\$2,75
Google - Standard	Mobile	Universal para Aplicativo	CPC	R\$0,78
Google - Standard	Desktop e Mobile	Geração de Demanda	CPC	R\$2,16
Google - Standard	Desktop e Mobile	PMAX	CPC	R\$0,69
Google - Plus	Desktop e Mobile	Adwords (Rede de Pesquisa) - Tráfego	CPC	R\$2,82
Google - Plus	Desktop e Mobile	Adwords (Rede de Pesquisa) - Conversão	CPC	R\$3,29
Google - Plus	Mobile	Universal para Aplicativo	CPC	R\$0,94
Google - Plus	Desktop e Mobile	Geração de Demanda	CPC	R\$2,59
Google - Plus	Desktop e Mobile	PMAX	CPC	R\$0,82
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Alcance	CPM	R\$11,76
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Consideração de Marca (Views)	CPV	R\$0,04
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Não Pulável - Alcance	CPM	R\$13,73
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Não Pulável - Consideração de Marca	CPM	R\$15,69
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Tráfego	CPC	R\$0,35
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Conversão	CPC	R\$0,98
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - Vídeo Out Stream	CPM	R\$15,69
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - Vídeo Infeed - Consideração de Marca (Views)	CPV	R\$0,20
Google - Standard	Desktop e Mobile	Youtube - Bumper Ads - Alcance	CPM	R\$7,84
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Alcance	CPM	R\$14,12
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Consideração de Marca (Views)	CPV	R\$0,05
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Não Pulável - Alcance	CPM	R\$16,47
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Não Pulável - Consideração de Marca	CPM	R\$18,52
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Tráfego	CPC	R\$0,42
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - TrueView In-Stream Pulável - Conversão	CPC	R\$1,18
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - Vídeo Out Stream	CPM	R\$18,82
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - Vídeo Infeed - Consideração de Marca (Views)	CPV	R\$0,24
Google - Plus	Desktop e Mobile	Youtube - Bumper Ads - Alcance	CPM	R\$9,41

Tabela de Preços

Valores calculados com base na Tabela de Preços de Setembro 2024, sujeitos a alteração conforme tabela vigente

PUBLYA LTDA - CNPJ: 18.175.431/0001-54 - www.publyta.com - (48) 3025-7221

Rodovia José Carlos Daux - 500 - Sala 302 - Edifício Techno Towers - Florianópolis - SC - CEP 88030-000

Valores apresentados em CPC - Custo por Clique OU CPM - Custo por Mil Impressões OU CPV - Custo por View - Valor Bruto

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



18 175 431/0001 - 54
PUBLLYA LTDA
Rodovia José Carlos Daux, 500 - Sala 302
RIO NEGRÃO - CEP 88030 - 000
FLORIANÓPOLIS - SC
Luiz Carlos Daux

Publlya.Redes Sociais **Tabela de Preços - Setembro 2024**

*Valores calculados com 20% de comissionamento de agência e negociação padrão. Descontos não são aplicados nesses produtos. Valores podem variar conforme dificuldade de entrega do briefing.

Tipo de Mídia	Device	Opções de Mídia - Estratégias	Tipo de Compra	Valor Tabela
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	4,90
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	4,12
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	11,57
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	3,33
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	50,98
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	17,65
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Download de App	CPM	23,53
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	0,06
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	0,98
Meta Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	0,08
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	5,88
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	4,94
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	13,88
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	4,00
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	61,18
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	21,18
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Download de App	CPM	28,24
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	0,07
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	1,18
Meta Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	0,09
TikTok - Standard	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	8,82
TikTok - Standard	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	0,63
TikTok - Standard	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	0,16
TikTok - Standard	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	23,53
TikTok - Standard	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	18,63
TikTok - Standard	Desktop e Mobile	Interações com a comunidade	CPM	31,37
TikTok - Plus	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	10,59
TikTok - Plus	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	0,75
TikTok - Plus	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	0,19
TikTok - Plus	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	28,24
TikTok - Plus	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	22,35
TikTok - Plus	Desktop e Mobile	Interações com a comunidade	CPM	37,65
LinkedIn - Standard	Desktop e Mobile	Sponsored Content	CPM	98,04
LinkedIn - Standard	Desktop e Mobile	Text Ads	CPM	29,41
LinkedIn - Standard	Desktop e Mobile	Anúncio para seguidores	CPM	78,43
LinkedIn - Standard	Desktop e Mobile	Anúncio em destaque	CPM	68,63
LinkedIn - Plus	Desktop e Mobile	Sponsored Content	CPM	117,65
LinkedIn - Plus	Desktop e Mobile	Text Ads	CPM	35,29
LinkedIn - Plus	Desktop e Mobile	Anúncio para seguidores	CPM	94,12
LinkedIn - Plus	Desktop e Mobile	Anúncio em destaque	CPM	82,35
Twitter - Standard	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	0,04
Twitter - Standard	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	0,98
Twitter - Standard	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	9,80
Twitter - Standard	Desktop e Mobile	Conversões	CPC	1,18
Twitter - Standard	Desktop e Mobile	Seguidores	CPM	29,41
Twitter - Standard	Desktop e Mobile	App Install	CPM	29,41
Twitter - Plus	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	0,05
Twitter - Plus	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	1,18
Twitter - Plus	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	11,76
Twitter - Plus	Desktop e Mobile	Conversões	CPC	1,41
Twitter - Plus	Desktop e Mobile	Seguidores	CPM	35,29
Twitter - Plus	Desktop e Mobile	App Install	CPM	35,29
Pinterest - Standard	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	29,41
Pinterest - Standard	Desktop e Mobile	Tráfego	CPC	13,73
Pinterest - Standard	Desktop e Mobile	Visualizações	CPV	0,24
Pinterest - Standard	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	39,22
Pinterest - Standard	Desktop e Mobile	Vendas de Catálogo	CPM	41,18
Pinterest - Plus	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	35,29
Pinterest - Plus	Desktop e Mobile	Tráfego	CPC	16,47
Pinterest - Plus	Desktop e Mobile	Visualizações	CPV	0,28
Pinterest - Plus	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	47,06
Pinterest - Plus	Desktop e Mobile	Vendas de Catálogo	CPM	49,41
Kwai - Standard	Mobile	Alcance	CPM	6,86
Kwai - Standard	Mobile	Tráfego	CPC	3,92
Kwai - Standard	Mobile	Visualizações	CPV	0,20
Kwai - Plus	Mobile	Alcance	CPM	8,24
Kwai - Plus	Mobile	Tráfego	CPC	4,71
Kwai - Plus	Mobile	Visualizações	CPV	0,24

Tabela de Preços

Valores calculados com base na Tabela de Preços de Setembro 2024, sujeitos a alteração conforme tabela vigente
PUBLLYA LTDA - CNPJ: 18.175.431/0001-54 - www.publlya.com - (48) 3025-7221
Rodovia José Carlos Daux - 500 - Sala 302 - Edifício Techno Towers - Florianópolis - SC - CEP 88030-000

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



18 175 431/0001 - 54
PUBLYA LTDA
Rodovia José Carlos Daux, 500 - Sala 302
JOÃO PAULO - CEP 88030 - 000
FLORIANÓPOLIS - SC

Luiz Felipe C. Kozma

Tabela de Preços - Setembro 2024

*Valores Tabela contemplam comissionamento de 20% de agência. Valores podem ter desconto aplicado mediante negociação. Esses valores podem ser alterados conforme dificuldade de entrega do briefing

Tipo de Mídia	Device	Objetivo Campanha	Categoria	CPM Tabela
Display	Desktop e Mobile	Alcance	Select Price	R\$6,66
Display	Desktop e Mobile	Alcance	Select Standard	R\$7,40
Display	Desktop e Mobile	Alcance	Select Plus	R\$8,88
Display	Desktop e Mobile	Reconhecimento de Marca	Select Price	R\$7,33
Display	Desktop e Mobile	Reconhecimento de Marca	Select Standard	R\$8,14
Display	Desktop e Mobile	Reconhecimento de Marca	Select Plus	R\$9,77
Display	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	Select Price	R\$7,33
Display	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	Select Standard	R\$8,14
Display	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	Select Plus	R\$9,77
Display	Desktop e Mobile	Conversões no Site	Select Price	R\$7,99
Display	Desktop e Mobile	Conversões no Site	Select Standard	R\$8,88
Display	Desktop e Mobile	Conversões no Site	Select Plus	R\$10,66
Vídeo	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	Select Price	R\$9,32
Vídeo	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	Select Standard	R\$10,36
Vídeo	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	Select Plus	R\$12,43

Tabela de Preços

Valores calculados com base na Tabela de Preços de Setembro 2024, sujeitos a alteração conforme tabela vigente
PUBLYA LTDA - CNPJ: 18.175.431/0001-54 - www.publya.com - (48) 3025-7221
Rodovia José Carlos Daux, 500 - Sala 302 - Edifício Techno Towers - João Paulo - Florianópolis - SC - CEP 88030-000
Valores apresentados em CPM - Custo por Mil Impressões - Valor Bruto
Luiz Felipe de Carvalho Kozma - Diretor de Operações da Publya - CPF: 272.643.718-40

Pode-se perceber que as acusações feitas pela agência Engenho são uma tentativa desequilibrada de evitar a realidade de que sua proposta carecia de robustez e capacidade técnica suficiente para alcançar uma classificação melhor que o terceiro lugar.

Mais uma vez resta demonstrada a tentativa capciosa de protelar o certame público que, quanto mais tempo em tramitação, mais custos são gerados para a administração.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Vamos a um comparativo básico. Um edital que fala que é possível andar de carro, mas seria proibido comprar um novo carro. Se a empresa alugasse o veículo para poder andar, ela teria descumprido algo? Claro que não!

Então, fica claro que como o Meta e Google não possuem tabela fixa, o patrocinado pode e deve ser feito por empresa que tenha tabelas de preço e faça esse serviço. Tanto que a maioria dos órgãos públicos, principalmente os federais e nesse caso incluímos aqui nosso cliente CREA-SC que é um ente público federal que faz todo seu patrocínio de plataformas digitais via Publya, justamente por ser um fornecedor homologado, que tem tabela, emite toda comprovação e faturamento dentro dos parâmetros legais exigidos pela SECOM do Governo Federal.

E por fim, não é porque a empresa Engenho não apresentou tal meio, ou interpretou errado o edital que a proposta dos demais concorrentes estariam erradas. Falta de conhecimento ou mais uma atitude de má fé. Não deve prosperar.

5) DO REELS

Ao contrário do que afirma a mendaz recorrente, a apresentação do reels seguiu exatamente os termos editalícios.

Explico. Existindo previsão de pagamento para a veiculação de peça, como já mencionado no item anterior, no caso o reels para as redes sociais, este, por corolário, é classificado como uma mídia. A questão, de tão simples, supera a lógica.

Nesse sentido, mantém-se correta a apresentação do quesito Ideia Criativa da Tempo Brasil, contemplando quatro peças de mídia e duas peças de não mídia, em perfeito acordo com o que versa o edital.

6) TABELA REFERENCIAL

Novamente se furta de falácias para acusar a Tempo Brasil sem fundamento algum.

O edital assim prescreve:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



4.2.3.1.5 na formulação do quesito campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente da Câmara Municipal de Blumenau;

O recurso apresenta o seguinte inconformismo:

Assim, ao contrário do que praticado pela Recorrente, que cautelosa, para que as peças utilizadas na campanha fossem peças que constassem na tabela, que limitou, de certa forma a oferta de peças, utilizando-se somente as que nela contidas, a Recorrida traz peças na campanha que não são encontradas na tabela, tornando impossível, nos termos do edital, apontar os seus respectivos custos internos de criação, sob pena, de como de fato ocorrido, se violar uma regra comezinha. Explica-se.

A Recorrida apresentou o seguinte:

- Jingle: consta apenas "Spot (texto com enredo)"
- Personagem: não existe na tabela
- Cadeiras e mesas da ação: não existe na tabela
- Chatbot WhatsApp: não existe na tabela

A exigência editalícia estabelecia que as agências deveriam utilizar os valores da Tabela Referencial de Preços vigente da Câmara Municipal de Blumenau. A Tempo Brasil cumpriu rigorosamente essa exigência, assegurando a adequação de cada peça aos parâmetros da tabela, conforme os itens de avaliação indicados.

O jingle de 30" é um texto com enredo veiculado em rádio e inclui um texto elaborado, gravação e duração de 30 segundos. Sua finalidade é transmitir a mensagem de forma clara e memorável, utilizando uma combinação de elementos como efeitos sonoros e vozes em uma estrutura criativa e planejada. Por isso, o item selecionado e tecnicamente fundamentado foi o texto com enredo, conforme especificado no item 35.

No que se refere ao item "personagem" em uma campanha publicitária, trata-se de um recurso criativo que demanda uma identidade visual exclusiva para aplicação em plataformas de mensagens, páginas ou perfis, além de elementos técnicos como programação e design da peça.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Para garantir precisão e seriedade na seleção dos itens, optamos por incluir dois itens da Tabela Referencial, cuidadosamente escolhidos: os itens 5 e 7. Esses itens cobrem os aspectos necessários para a construção e implementação do personagem, atendendo aos requisitos técnicos e criativos exigidos. Nossa escolha é inteiramente fundamentada nos parâmetros técnicos estabelecidos pelo processo.

As cadeiras e mesas utilizadas na ação não constituem peças criativas; tratam-se, de fato, de itens de produção, com valores claramente discriminados e cobrados de acordo com nossa proposta. Estes itens, portanto, não se enquadram nos valores indicados pela Tabela Referencial da Câmara Municipal de Blumenau, ao contrário do que a concorrente Engenho sugere, de forma equivocada e potencialmente mal-intencionada.

Sobre o Chatbot Whatsapp, este é mais um item dos valores de produção, conforme detalhado e precificado em nossa proposta e não configuram como uma peça criativa. Sem esta característica, não estão sujeitas aos valores indicados na Tabela Referencial.

A peça criativa é o personagem, citado na defesa acima, o chatbot é um *software* desenvolvido para simular conversas humanas, geralmente por meio de texto e voz, portanto, um serviço.

Este ChatBot pode responder perguntas, executar tarefas automatizadas e fornecer informações ao usuário, feitas pela Inteligência Artificial. Os chatbots são amplamente utilizados em diversas plataformas, como sites e aplicativos de mensagens, no caso como sugerido pela Tempo Brasil e se classificam como valor de produção, no qual contratamos um fornecedor que disponibiliza essa automação.

Nesse sentido, trata-se de um serviço, logo não se cobra valor de criação. Não há como cobrar uma peça de criação se não se trata de uma peça de criação.

A ausência de capacidade técnica da Recorrente para identificar o que são cada um destes itens é assustadora.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Tudo que foi mencionado como produção e não se encaixa como item de criação foi devidamente cobrado e consta na tabela de produção conforme exigido pelo edital.

7) QUANTIDADE DE PEÇAS QUE RESPEITAM O EDITAL

A licitante ENGENHO alega que a apresentação do Assistente Virtual Otto viola os termos do edital por se tratar de duas peças, entretanto, mais uma vez demonstrando o seu nível de capacidade técnica, não consegue sequer visualizar que o Otto é o assistente virtual, não podemos desvincular “uma coisa da outra” pois é uma só. Assim como em uma apresentação de Hotsite, por exemplo, seriam descritas imagens, layout, conteúdo e menus/botões/programação que o compõem, apresentamos o Otto em seu funcionamento como assistente virtual da Câmara de Blumenau.

A representação imagética do Otto está presente nas peças visuais, mas aqui, mais uma vez, ele é uma parte integrante e inseparável das próprias peças, não uma peça extra. A sua imagem faz parte das peças visuais, a sua voz e personalidade fazem parte do VT, simples assim. Não há qualquer extrapolação de peças.

Em contrapartida, antes de acusar, é necessário “olhar para o próprio umbigo”. Ao contrário da Tempo Brasil, a Engenho sim cometeu o equívoco de extrapolar o número limite de peças. Vejamos abaixo as peças por ela apresentadas:

Peça 1 – Slogan

Peça 2 – Filme 60 segundos

Peça 3 – Folder

Peça 4 – Filme 30 segundos

Peça 5 – Spot 30 segundos

Peça 6 – Anúncio ½ página

Peça 7 – Banner Web

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Ao contrário da Recorrente, que precisa “engenhar suas ideias” produzindo ilações contra a Tempo Brasil, em um evidente ato de desespero, a Tempo Brasil não precisa demandar “Tempo” ou esforços para comprovar que a proposta da Engenho extrapola os limites do edital.

A listagem da Engenho se apresenta com SETE peças, extrapolando os limites do edital. A violação ao edital perpetrada pela Engenho é cristalina como água de nascente.

Assim está a listagem de peças da Recorrente:

Slogan: “Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. O poder da sua voz.”

1) Peça de não mídia – filme (60 segundos)

2) Peça de não mídia – folder (24 cm x 21 cm aberto; 12 cm x 21 cm fechado)

3) Peça de mídia – filme (30 segundos)

4) Peça de mídia – spot (30 segundos)

5) Peça de mídia – anúncio (½ página)

6) Peça de mídia – banner web (1200 x 300 px)

A simples ausência de numeração da peça “Slogan” não a afasta de sua natureza. Se trata de uma peça distinta e deve ser contabilizada com as demais.

A Ideia Criativa no edital estipulava que o quesito é limitado à apresentação de seis peças, sendo quatro pelo tipo de mídia e duas pelo tipo de não mídia. O item também menciona que “*Faz parte da ideia criativa o slogan e as peças que a corporificam.*”.

O slogan também é uma peça publicitária, enquadrada em não mídia por não possuir um custo de veiculação em si. Aliás, uma das licitantes fez um questionamento sobre o assunto e foi dada a seguinte resposta:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



PERGUNTA 04 O item 4.2.2.3. Ideia Criativa estabelece um limite de seis peças a serem apresentadas, sendo quatro por tipo de mídia e duas pelo tipo de não mídias. O item ainda menciona que "Faz parte da ideia criativa o slogan e as peças que a corporificam". A partir disso, é correto afirmar que o quesito abrange



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina

a apresentação de seis peças + o slogan, sendo que este não é contabilizado dentro do limite de peças? **R: 6 (seis) é o limite de peças previsto no item 4.2.2.3.do edital.**

A resposta é clara ao reforçar que seis peças é o limite previsto para este item.

Para corroborar ainda mais com a já mencionada ausência de boa-fé, em seu próprio recurso a licitante admite que o Slogan se trata de uma peça a ser contabilizada. Ora, se as demais concorrentes consideram o slogan como uma peça (o correto), a licitante deveria ter contabilizado a referida peça na sua proposta, todavia, escolheu omitir-se na tentativa de locupletar da sua própria torpeza.

Veja-se o trecho do seu próprio recurso:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



A Recorrida, na sua Ideia Criativa apresenta as seguintes peças:

- > Peça 1: VT de 30"
- > Peça 2: Jingle de 30"
- > Peça 3: Anúncio de ½ página
- > Peça 4: Reels



R. Antônio Luz, 255 | Ático
Centro Empresarial Hoepcke
Florianópolis/SC | CEP 88010-410
Tels.: (48) 3223.3961 | 3324.2467 | 3224.7421
www.curiearaujo.com.br



- > **Peça 5: Slogan**
- > Peças 6 e 7: Personagem + Assistente virtual. São duas peças: o "personagem" é um item que está nas demais peças e a parte de "assistente virtual" se encontra na execução de peça, sendo necessário apresentar toda a parte estrutural das perguntas.

Não obstante a este evidente erro perpetrado pela licitante, outro ponto de sua proposta chama bastante atenção.

A recorrente apresentou uma página quase inteira em branco, contendo unicamente o título do quesito.

Ao fazer isso, a sua proposta se mostra diferente das demais, algo que fere completamente os termos da lei, tendo em vista que todas as propostas devem percorrer o mesmo padrão, medida que visa garantir a lisura e a isonomia no momento da avaliação.

Apresentar uma proposta em desacordo com o padrão exigido pela lei e pelo edital, certamente poderia causar sua identificação. A legislação é muito clara ao dispor que as vias não identificadas não poderão conter marca, sinal, etiqueta, ou qualquer elemento que seja capaz de identificar sua autoria, sob pena de desclassificação.

Esta é a página em branco apresentada:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Assim dispõe a norma de regência:

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

[...]

XII - será vedada a oposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



E como se não bastasse, o brilhante feito da recorrente ainda vai contra outro item explícito do edital: o limite de páginas estabelecido por quesito.

4.2.2.1. **Raciocínio básico:** apresentação de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, em que a licitante exporá seu entendimento do problema de comunicação definido no Briefing (Anexo I).

4.2.2.2. **Estratégia de comunicação publicitária:** apresentação de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, no qual a licitante deverá explorar o conceito e o tema que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no Briefing (Anexo I), formulando a defesa dessa opção.

Contando com a “capa”, os dois quesitos ultrapassam os limites, chegando a quatro páginas.

Caso a licitante queira alegar que a página corresponde apenas a uma capa e não ao conteúdo no quesito, deixamos claro que incluir uma capa também vai contra o edital, conforme esclarecimentos:

d) Como os cadernos devem ser fechados? Exemplo: espiral ou grampo.
R: Grampeados no canto superior esquerdo, sem qualquer tipo de capa ou contra capa.

8) TABELAS ATUALIZADAS DE VEÍCULOS

A recorrente impugna a escolha das rádios na proposta da Tempo Brasil, querendo emplacar a inexistência das tabelas onde constem as opções de veiculação para o período escolhido.

Assim discrimina no recurso:

Meio Rádio: As Rádio Menina FM, Rádio Atlântida FM, Rádio 90FM, Rádio CBN, Rádio Antena 1, Rádio Clube, Rádio Mix, Rádio Jovem Pan e Rádio União FM foram citadas que a escolha de horários para as veiculações seriam entre 06h e 00h. Porém nenhuma das tabelas das rádios citadas acima constam a opção de veiculação neste período.]

A afirmação da Tempo Brasil sobre a escolha de horários para veiculação entre 06h e 00h está plenamente respaldada e inclui todas as emissoras de rádio indicadas em nossa proposta técnica. Diferentemente da concorrente que se limitou a

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



utilizar dados de apenas quatro rádios, nossa estratégia abrange uma seleção de onze rádios, com horários de veiculação definidos como indeterminados ou em alternância rotativa, garantindo a veiculação entre 06h e 00h.

Como exemplo, na Rádio Massa FM, a escolha dos horários indeterminados compreende o período das 06h às 00h, conforme demonstrado pela documentação e tabela de custos apresentada abaixo.

A tentativa da concorrente de distorcer essas informações representa mais uma ação de má-fé e falta de embasamento técnico, buscando desqualificar uma proposta que atende rigorosamente aos requisitos editalícios e às práticas de planejamento estratégico sólido, sempre buscando garantir o melhor resultado da campanha.

Tabela Rádio Massa FM

TABELA DE PREÇOS						
Validade: 01 de Fevereiro/24 a 31 de Janeiro/25						
REGIÃO/PRAÇA	FREQUÊNCIA	ROTATIVO 1 - 30" 24h ÀS 06h	ROTATIVO 2 - 30" 06h ÀS 00h	INDETERMINADO I - 30" 06h ÀS 21h	INDETERMINADO II - 30" 07h ÀS 19h	DETERMINADO - 30"
BLUMENAU SC	103.5	R\$ 227,00	R\$ 308,00	R\$ 343,00	R\$ 385,00	R\$ 578,00
PATROCÍNIO DE PROGRAMAS						

É absolutamente inadmissível esse tipo de tentativa de ludibriar o processo, buscando erros inexistentes e subestimando o grau de instrução dos avaliadores. A proposta técnica da Tempo Brasil não só está em total conformidade com as exigências do edital, como também se destaca de maneira clara e inequívoca por sua qualidade, efetividade e inovação.

Tais atitudes, que visam desviar a atenção dos méritos de nossa proposta, são uma tentativa desesperada de desestabilizar a competição de forma antiética e sem fundamento técnico.

E segue atacando a proposta com a seguinte argumentação:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Meio Jornal: Assim como ocorre no meio Rádio, para o meio jornal, não é possível fazer a validação dos valores pois estão em desacordo com as tabelas válidas.

Desta vez, tenta emplacar que há erros nos valores apresentados referentes aos jornais, nova afirmação infundada.

As provas documentais anexas demonstram de forma irrefutável que os valores divulgados se encontram em perfeita conformidade com a tabela de preços dos veículos, conforme comprovam as imagens e informações fornecidas pelos próprios fabricantes.

Valores apresentados pela Tempo Brasil meio jornal

Veículo	Anúncio	Formato	Valor
Santa	1 página	24,7x34cm	R\$ 2.290,88
Mesorregional	1/2 página	25,5x17cm	R\$ 2.600,00
Jornal de Blumenau	1/2 página	25,5x17cm	R\$ 4.000,00
A Voz da Razão	1/2 página	26x17cm	R\$ 3.465,00
Total Veiculação Meio Jornal			R\$ 12.355,88

Tabela Anexo Único

Proposta Técnica
Anexo único
Plano de Comunicação Publicitárias

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	TOTAL (R\$)
Televisão	48	71.058,00	3.094,42	8.700,00	1.305,00	84.157,42
Rádio	204	35.452,99	2.157,42	3.100,00	465,00	41.175,41
Jornal	4	12.355,88	2.279,76			14.635,64
Internet	3.115.000	35.142,05	10.074,99	4.200,00	630,00	50.047,04
Mídia	10	11.400,00	1.788,72	1.500,00	225,00	14.913,72
Não Mídia	3		8.588,29	2.400,00	360,00	11.348,29
Outros				3.040,00	456,00	3.496,00
Total dos custos de produção						54.364,60
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)*						165.408,92
TOTAL GERAL						219.773,52

Tabela jornal Santa

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



TABELA DE PREÇOS

IMPRESSO NSC | CLIENTE PÚBLICO E APEDIDOS

Preços da tabela expressos em reais.

FORMATOS PADRÃO	DIMENSÃO	COL	CM X CM		REDE	DC	SANTA	A NOTÍCIA
Página Dupla	306	9	31,4	34,0	R\$ 18.899,78	R\$ 9.449,89	R\$ 5.154,40	R\$ 4.295,40
Página	136	4	24,7	34,0	R\$ 8.399,90	R\$ 4.199,95	R\$ 2.290,88	R\$ 1.909,07
Meia Página Dupla	153	9	51,4	17,0	R\$ 9.449,89	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL
Meia Página	68	4	24,7	17,0	R\$ 4.199,95	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL
Rodapé Alto	34	4	24,7	8,5	R\$ 2.099,98	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL

Apelidos
Será exigida identificação do anunciante (em texto datilografado e assinado, com firma reconhecida por autenticidade).

Tabela Mesorregional

PROPOSTA DE ANÚNCIOS JORNAL IMPRESSO

mes regional
INFORMAÇÃO É AQUI

EDIÇÕES QUINZENAIS - 4.000 exemplares

- ✓ Página Inteira 25,5cm x 34cm R\$ 4.100,00
- ✓ Meia página 25,5cm x 17cm R\$ 2.600,00
- ✓ 1/4 de página 12,5cm x 17cm R\$ 1.450,00
- ✓ 1/8 de página 12,5cm x 8,5cm R\$ 920,00
- ✓ 1/16 de página 12,5cm x 4,25cm R\$ 490,00
- ✓ 1/32 de página 6cm x 8,5cm (classificados) R\$ 160,00
- ✓ Rodapé/cabeçalho banner 25cm x 3cm R\$ 1.060,00
- ✓ Rodapé/cabeçalho banner 25cm x 6cm R\$ 1.500,00

PUBLIEDITORIAL

- De 500 a 1200 caracteres R\$ 1.390,00
- De 1201 a 3000 caracteres R\$ 1.810,00
- Meia página até 5000 caracteres R\$ 2.760,00
- Acima de 5000 caracteres até uma página R\$ 4.420,00

Descontos progressivos:

- 2 edições = 5% de desconto
- 4 edições = 10% de desconto
- 6 edições = 15% de desconto
- 10 edições ou mais = 20% de desconto

Tabela Jornal de Blumenau

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



TABELA DE PREÇOS 2024



Vigência: 2024
Validade: 31-12-2024

DADOS CADASTRAIS

Razão Social: SEBASTIÃO ARAGÃO FILHO
CNPJ: 04.744.146/0001/00
Endereços: Rua Osvaldo Bruno Werplotz, 619 - 89046-100 - Blumenau - SC - Brasil

DADOS TÉCNICOS

Periodicidade: Mensal
Tiragem: 1500
Fechamento: última semana do mês
Largura da página: 25,50 cm
Altura da página: 34,00 cm
Número de Colunas: 5

CIRCULAÇÃO

Cidade de Blumenau - Centro, Região Oeste, Região Sul e Região Norte

Noticiário (cm/col)	
1ª Página	R\$ 185,37
Varejo/Indústrias/Serviços – sem agência	R\$ 40,00
Prefeituras cm de coluna	R\$ 50,00
Publicações Legais	R\$ 8.000,00
Página	R\$ 4.000,00
Meia página	R\$ 235,30
Rodapé: Por centímetro de altura X 25,5 largura	
Governo Federal / Ministérios / Bancos Públicos. cm de coluna	R\$ 75,00
OBS: Preços poderão ser negociados, dependendo de diversos fatores, como por exemplo, constância das publicações, que impactam positivamente no planejamento financeiro.	

Contato: Sebastião Aragão – 47- 99934.7211- VIVO - WhatSapp
(1) www.jornaldeblu@gmail.com -

Blumenau, 10 de janeiro de 2024

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Tabela Jornal A Voz da Razão

A VOZ DA RAZÃO 21 anos

Blumenau, 01 de Janeiro de 2024

TABELA DE PREÇOS

Jornal A Voz da Razão

Formato Tabloide

35 anos de circulação, blumenauense de verdade.

Contém cada página : 35 cm de altura x 26 de largura .

Cada coluna contém 4,1 cm.

Cada página contém 6 colunas de largura.

Páginas internas: valor, R\$ 33,00 por cm coluna

Capa do jornal, R\$ 51,00 por cm coluna

Contracapa do jornal, R\$ 46,20 por cm coluna

Preços válidos para o ano de 2024

Confirmado valor pelo veículo o valor do anúncio:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Por sua vez, no que se refere ao Blog do Jaime, a Recorrente traz novas divagações que estão totalmente distorcidas da realidade.

A alegação da concorrente foi sobre o fato de ser um erro de digitação no formato no texto de defesa que foi meramente formal, enquanto a contestação do valor de veiculação no portal de notícias Blog do Jaime é totalmente infundada e representa uma tentativa clara de desqualificar nossa proposta. A precisão do valor indicado, em rigorosa conformidade com a tabela de preços do veículo, atesta a transparência e a boa-fé que pautaram a elaboração de nossa proposta

A estratégia apresentada pela nossa empresa foi cuidadosamente planejada e fundamentada em dados reais e objetivos, o que torna ainda mais evidente a tentativa da concorrente de desviar a atenção da Administração Pública de questões relevantes e de prejudicar indevidamente o processo licitatório.

Blog do Jaime
Notícias de Blumenau 15 ANOS

Divulgações
no site

Outra opção para quem fechar 10 ou 20 postagens é incluir um Banner no topo do site. Neste caso será acrescentado o valor de R\$ 200,00 e o banner ficará no Blog durante as 10 ou 20 postagens.

Banner no Site
Tamanhos:
1150 x 90px Computador
480 x 150px Mobile
R\$ 1.200,00

Tal conduta, além de desleal, configura prática abusiva e anticompetitiva, visando única e exclusivamente prejudicar o regular andamento do processo licitatório. A apresentação de informações falsas e a utilização de meios inidôneos para desacreditar a nossa proposta constituem grave violação aos princípios da lealdade e da boa-fé, que devem nortear a participação de todos os concorrentes em um certame público.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



9) ERROS DA CONCORRENTE ENGENHO

Mudando o foco dos holofotes, é necessário destacar que a licitante praticou inúmeras irregularidades em sua proposta.

Ao examinar sua própria estratégia de mídia e não-mídia, identificamos erros graves que comprometem a integridade e a conformidade da proposta apresentada pela Engenho no qual sugerimos a desclassificação da concorrente.

I - Tabela do Anexo Único

Na referida tabela, constam, nos campos destinados aos meios Televisão, Rádio, Jornal, Internet e Outros, as quantidades de peças “criadas”, ao passo que o Edital de Concorrência exigia, expressamente, a quantidade de peças “impressas”.

Estes termos, inclusive, foram reforçados pela Câmara de Blumenau em resposta aos pedidos de esclarecimento apresentados durante a fase de consulta, além de constar expressamente no edital no item 4.2.2.4.2.1.1.

A exigência de apresentar a quantidade de peças “impressas” não foi observada pela concorrente Engenho, sendo que tal condição configura descumprimento ao edital e pode comprometer a efetividade e execução das estratégias planejadas para o objeto da concorrência.

Esse erro é comprovado abaixo e demonstram a inadequação do atendimento ao requisito editalício.

Esclarecimentos da Câmara:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



**Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina**

4.2.2.4.2.1. consideram-se como não mídia meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária, ou seja, não mídia é toda peça que não exige desembolso de veiculação.

4.2.2.4.2.1.1 Na tabela Anexo Único, os custos de não mídia devem ser considerados pelas quantidades das impressões e não de criação.

O que vocês querem dizer com considerar quantidades de impressão e não de criação. Seria unidades produzidas?

R: As quantidades impressas.

Edital

4.2.2.4.2.1.1 Na tabela Anexo Único, os custos de não mídia devem ser considerados pelas quantidades das impressões e não de criação.

4.4. Julgamento das propostas técnicas

4.4.1. Será desclassificada a Proposta Técnica que se enquadrar em qualquer uma das seguintes situações:

4.4.1.1 não satisfizer as exigências fixadas neste Edital e seus anexos;

Anexo Único da concorrente Engenho:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Proposta Técnica
Anexo único
Plano de Comunicação Publicitária

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR TOTAL(R\$)
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	
Televisão	1	53.990,00	3.094,42	4.200,00	630,00	61.914,42
Rádio	1	81.022,80	2.157,42	1.600,00	240,00	85.020,22
Jornal	1	14.658,88	775,53			15.434,41
Internet	3	14.315,80	6.228,26			20.544,06
Mídia						
Não Mídia	5.002		7.522,42	18.850,00	2.827,50	29.199,92
Outros	1		1.589,83			1.589,83
Total dos custos de produção						33.522,50
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)						163.987,48
TOTAL GERAL						218.877,86

II – Desperdício de Verba Pública

No que concerne à estratégia de mídia proposta pela concorrente, observa-se um direcionamento inadequado de recursos públicos para a veiculação na emissora TVBV, afiliada da Rede Bandeirantes (Band), cuja cobertura atinge todo o estado de Santa Catarina, enquanto o edital delimita que a campanha seja veiculada exclusivamente para o município de Blumenau.

A alocação de verbas para um meio de comunicação de abrangência estadual, em detrimento de veículos de cobertura estritamente local, implica o risco de dispersão do alcance, reduzindo a efetividade da campanha em atingir diretamente a população de Blumenau.

Além disso, essa escolha revela uma ausência de análise criteriosa sobre os meios de comunicação e os hábitos de consumo midiático dos diferentes segmentos do público-alvo da campanha.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA





Diante do exposto, a estratégia proposta pela concorrente representa um evidente desperdício de recursos públicos e não atende aos requisitos especificados pelo edital, evidenciando falha na análise dos meios adequados para atingir a população de Blumenau de forma eficiente.

Entrando na distribuição da grade e investimentos, a TV aberta possui enorme cobertura e amplo alcance nos diferentes públicos, sendo o terceiro meio de maior penetração entre a população brasileira, com 72% na média nacional. Utilizaremos a NSC TV Blumenau, afiliada da Rede Globo, a NDTV, afiliada da Rede Record, a TVBV, afiliada Band, e a TV Galega, emissora local. Para rentabilizar o investimento e garantir máxima cobertura e

16

impacto, os esforços em TV foram concentrados em período estratégico para o lançamento da campanha, de forma que ampliem o interesse ao assunto abordado e tragam ao público o impacto e o despertar da atenção. O planejamento da comunicação nas emissoras contemplará 24 inserções do filme de 30". No total, somam o investimento final de R\$ 53.990,00, o que equivale a 24,67% da verba total.

 **Câmara Municipal de Blumenau**
Estado de Santa Catarina
Diretoria Geral



ainda pelos formulários disponibilizados no site oficial da Câmara. O Serviço de Ouvidoria recebe as manifestações dos munícipes e faz o tratamento/análise de cada demanda, registrando, protocolando e encaminhando aos setores ou gabinetes responsáveis pelas respostas

12. Objetivo de comunicação: Valorizar a atuação da Câmara Municipal de Blumenau, através do serviço de Ouvidoria.

13. Meios de veiculação: televisão, rádio, jornal, internet.

14. Abrangência e período de veiculação: 30 dias, em Blumenau

15. Investimento da campanha (produção e mídia): R\$ 220.000,00 (duzentos e vinte mil reais)

Critérios para o julgamento da proposta técnica, conforme edital:

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



4.4.2.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia será aferida por meio de:**

- 4.4.2.4.1. conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários;
- 4.4.2.4.2. capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos;
- 4.4.2.4.3. consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária; e
- 4.4.2.4.4. economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia.

IV – Custo Zero – Manobra Vedada

Outro apontamento grave da concorrente é a “não cobrança na produção do vídeo 30” para a peça Story”.

- Story de 30” (internet), com valores para custos internos (a animação será executada internamente);

É sempre bom recordar que a apresentação serviço a custo zero, ou em valor inexecutável é ato completamente vedado ao licitante. Tal disposição advém tanto das especificações do edital como dos ditames legais. Inclusive, a legislação determina que a apresentação de proposta a custo zero gera a desclassificação imediata da licitante.

Assim dispõe o art. 59 da Lei 14.133/2021:

Art. 59. Serão desclassificadas as propostas que:

[...]

II - apresentarem preços inexecutáveis ou permanecerem acima do orçamento estimado para a contratação;

A legislação e o edital exigem que todos os custos envolvidos na campanha simulada sejam apresentados de forma transparente e que o preço indicado seja compatível com os serviços efetivamente prestados, não podendo haver nenhum tipo de bonificação, benefício ou descontos não previstos.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Apresentar um item como "sem custo" pode indicar intenção de cobrir esse valor de outras formas, configurando concorrência desleal, já que manipula os valores da sua proposta. Logicamente o "custo zero" não reflete os custos reais da execução do serviço.

Esse tipo de prática viola o princípio da isonomia, da competitividade e da boa-fé, pois favorece a agência que pode absorver custos internamente, algo que outras concorrentes poderiam não ter condições de fazer.

O próprio edital, no item 4.2.3.1.7 da estratégia de mídia e não mídia, restringe esse tipo de prática por parte dos veículos/fornecedores, conforme cito:

4.2.3.1.7. não serão admitidos descontos ou eventuais benefícios decorrentes de programas de incentivos oferecidos por veículos de comunicação;

Diante de todo o exposto, resta evidente que o recurso interposto possui o único fim de protelar o certame, tendo em vista que está sobrecarregado pelo mero inconformismo da licitante que não conseguiu alcançar uma boa colocação.

Desta forma, nada mais se exige do que o fiel cumprimento das normas do edital para que não seja quebrada a isonomia entre as licitantes.

10) DOS PEDIDOS

Face ao exposto, requer a Vossas Senhorias:

- a) Inicialmente, requer **o não conhecimento do recurso** tendo em vista seu caráter eminentemente protelatório e sua ausência de motivação e efeito prático.
- b) Caso superado, que o recurso interposto pela concorrente **ENGENHO DE IDEIAS**, seja **julgado totalmente improcedente**, uma vez que, como demonstrado acima, está revestido com argumentos infundados.

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



Assim, o provimento deste contrarrecurso visa preservar uma competição justa, baseada em princípios fundamentais como o da isonomia, transparência e confiabilidade no processo licitatório, e garantir o melhor interesse público pela escolha da agência com o melhor preço e técnica.

Termos em que pede deferimento.

Balneário Camboriú/SC, 14 de novembro de 2024.

adriano@tempobrasil.net

Assinado
 *Adriano C. Pereira*
D4Sign

ADRIANO CORDEIRO PEREIRA
Sócio Fundador - Diretor Executivo
CPF: 029.271.999-06

www.tempobrasil.net

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA

CONTRARRECURSO - CAMARA DE BLUMENAU pdf

Código do documento a3b35dca-a6da-40fc-a653-b6c47dd18ac2



Assinaturas



Adriano Cordeiro Pereira
adriano@tempobrasil.net
Assinou

Adriano C. Pereira

Eventos do documento

14 Nov 2024, 09:38:09

Documento a3b35dca-a6da-40fc-a653-b6c47dd18ac2 **criado** por ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c). Email:adriano@tempobrasil.net. - DATE_ATOM: 2024-11-14T09:38:09-03:00

14 Nov 2024, 09:39:11

Assinaturas **iniciadas** por ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c). Email: adriano@tempobrasil.net. - DATE_ATOM: 2024-11-14T09:39:11-03:00

14 Nov 2024, 09:39:26

ADRIANO CORDEIRO PEREIRA **Assinou** (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c) - Email: adriano@tempobrasil.net - IP: 201.131.140.72 (201-131-140-72.unifique.net porta: 5768) - **Geolocalização: -26.982032 -48.643517** - Documento de identificação informado: 029.271.999-06 - **Autenticação em dois fatores no smartphone ativada** - DATE_ATOM: 2024-11-14T09:39:26-03:00

Hash do documento original

(SHA256):a4abff18bf93802e927210133b32ade1f2a20792f014613f8f903c774fa8b74d
(SHA512):02e1944f1ebc80b6f244a282e1e20ef974fd1309e50b5193d1ac325f5b9bd723fb55acc12b86fd348398ad8fbfdd867d4107cbe9233e1f833a09a1a274f3ebc6

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign