

**ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL – SP**

**Concorrência Pública n.º 02/2023**

**Processo CM n.º 0342/2023**



**CIN COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Rua Nossa Senhora de Fátima, n.º 89, Bairro Santa Paula, CEP: 09540-100, São Caetano do Sul – SP, inscrita no CNPJ sob o n.º 59.518.563/0001-19, neste ato representada pela Sra. Renata Poletti de Sousa, inscrita no CPF n.º 258.446.338-57, endereço eletrônico [contato@novacin.com.br](mailto:contato@novacin.com.br), vem, respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto pela empresa OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA. no Processo CM n.º 0342/2023, promovido pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul, pelas razões de fato e de direito a seguir expostos:

**I. DA TEMPESTIVIDADE:**

Inicialmente, requer-se o processamento das presentes contrarrazões, uma vez que atendem ao requisito de tempestividade, visto que a fruição do prazo se dá a partir do ingresso do recurso interposto pela empresa OCTOPUS

COMUNICAÇÃO LTDA. no dia 10 de agosto de 2023, iniciando-se, portanto a partir de 11/08 p.p..

Do mesmo modo, as contrarrazões, além de apresentadas tempestivamente<sup>1</sup>, estão sendo apresentados conforme determinado no instrumento convocatório.

Com relação ao mérito, conforme já ocorrido anteriormente nesse procedimento, a empresa OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA. aciona essa ilustre Comissão através de um pleito que carece de fundamentação lógica e legal, devendo de plano ser indeferido, conforme restará abordado a seguir.

## II. BREVE SÍNTESE:

Cuida o presente procedimento do Processo CM n.º 0342/2023 que deu origem à Concorrência Pública n.º 02/2023, do tipo técnica e preço, promovido pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul objetivando a contratação de agência de propaganda e publicidade, especializada na prestação de serviços publicitários destinados à Câmara, que possibilite o atendimento das políticas públicas do setor relativas às campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública, compreendendo os serviços indicados no subitem 2.1.1 e 2.1.2 do Edital, pelo período de 12 (doze) meses.

Em apertada síntese, o procedimento tem transcorrido de forma regular, sendo que a empresa ora requerente, em sessão de 03 de agosto de 2023, obteve a classificação de 1º lugar na etapa de avaliação da Subcomissão Técnica, conforme trecho da ata disponibilizada na página eletrônica da Edilidade<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> 9.18 Interposto o recurso, será comunicado aos demais participantes, que terão o prazo de 05 (cinco) dias úteis para contrarrazoá-lo.

<sup>2</sup> <https://www.camarascs.sp.gov.br/index.php/component/content/article?id=1504>  
Rua Nossa Senhora de Fátima, 89 - Santa Paula, São Caetano do Sul - SP  
CEP: 09540-100 | 11 4318 2430 | contato@agenciacin.com.br



EMPRESA	PROPOSTA NÃO IDENTIFICADA	PROPOSTA IDENTIFICADA	TOTAL DE PONTOS	NOTA FINAL DE PONTUAÇÃO TÉCNICA – 11.8	CLASSIFICAÇÃO
OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA	D – 95 Pontos	61 pontos	156	78	4º Lugar
A3CS COMUNICAÇÃO INTELIGENTE LTDA	B – 95 Pontos	62 pontos	157	78,5	3º Lugar
CIN COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA EPP	A – 117 Pontos	67 pontos	184	92	1º Lugar
LINKING PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	C – 106 Pontos	62 pontos	168	84	2º Lugar

Portanto, já de início é possível verificar que a Subcomissão Técnica<sup>3</sup>, em acurada análise, através de Relatório fundamentado de seu trabalho, atribuiu notas a todas as Propostas Técnicas apresentadas, concluindo pela conformidade da proposta apresentada pela requerente com os requisitos presentes nos itens 11.7. e seguintes do Edital, no qual a empresa requerente demonstrou de forma satisfatória o atendimento dos requisitos estabelecidos, culminado com a sua classificação em primeiro lugar na disputa.

Na mesma perspectiva, não obstante ao fato de que as presentes contrarrazões ficarão adstritas às impugnações lançadas à Agência CIN Comunicação Integrada LTDA., vale destacar que, quanto às demais licitantes, é possível verificar que sua classificação na análise das Propostas Técnicas também decorre de acurado

<sup>3</sup> Composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, conforme item 10.2. do Edital.



trabalho promovido pela Subcomissão Técnica, composta por membros com *know-how* na área, o que de plano já deslegitima as impugnações da empresa recorrente.

Feitas essas considerações, é importante se afirmar que as análises técnicas atestam que a requerente preenche todos os requisitos presentes no edital, consoante a documentação presente nos invólucros apresentados no processo licitatório.

Contudo, irresignado, o representante legal da empresa OCTOPUS Comunicação LTDA. apresentou recurso pleiteando:

*“ 1. Diminuição na pontuação da Agência Cin, impedindo tratamento diferenciado de um concorrente em detrimento dos demais que atenderam o briefing por completo;  
2- Desclassificação da Agência Cin, em razão da clara violação às regras editalícias, sobretudo aquela referente aos limites da verba referencial constante no briefing;  
3 – Desclassificação da Agência Linking, em razão da clara violação às regras editalícias, sobretudo aquela referente aos limites da verba referencial constante no briefing;  
4 – Desclassificação da Agência A3CS, em razão da falta de assinatura, violando às regras exigidas no edital e por se identificar.”*

Contudo, os fundamentos apresentados pela agência recorrente não merecem prosperar.

Nesse contexto, tendo em vista essas ponderações, é a presente para aclarar, de forma definitiva, que o recurso apresentado pela empresa OCTOPUS Comunicação LTDA., através de seu representante legal, não corresponde à realidade dos fatos e nem reproduz o contido na documentação apresentada pela ora requerente, devendo, portanto, serem afastadas as pretensões recursais.





### III. QUANTO AO MÉRITO DO RECURSO:

Em breve síntese, a peça recursal traz impugnações formuladas pela empresa OCTOPUS Comunicação LTDA. buscando demonstrar a existências de vícios na análise da Subcomissão Técnica ao avaliar as propostas apresentadas pelas licitantes.

Para a empresa OCTOPUS Comunicação LTDA., a proposta da agência requerente não cumpre os objetivos constantes do *briefing*, contestando, por via de consequência, a nota atribuída. Questiona ainda a verba referencial utilizada na proposta e a nota atribuída, solicitando a revisão da pontuação da empresa CIN.

Ainda, conforme também pontuado, a recorrente questiona a classificação das demais licitantes, contudo, as presentes contrarrazões se restringirão ao impugnado pela empresa OCTOPUS Comunicação LTDA. quanto a Agência CIN Comunicação Integrada LTDA..

Apresentadas as premissas, passa-se à análise do trazido pela requerente, vejamos:

O primeiro ponto tratado pela recorrente diz respeito ao suposto desatendimento por parte da Agência CIN Comunicação Integrada LTDA. dos três objetivos principais<sup>4</sup>, os quais as campanhas propostas deveriam observar, em conformidade com o *briefing*. Apontou ainda que, supostamente, foi ignorado na proposta o item 3 - Desafios.

---

<sup>4</sup> A campanha publicitária proposta deve abarcar três objetivos principais, que são os problemas de comunicação a serem enfrentados:

1. O fortalecimento do poder Legislativo de São Caetano do Sul como órgão fiscalizador e protagonista nos debates da gestão pública do município;
2. Aperfeiçoamento da grade de programação da TV Câmara de São Caetano bem como a comunicação à população de sua existência e respectivos conteúdos que vão ao ar nos canais oficiais do Legislativo;
3. Incentivo à participação presencial e digital da população em todas as atividades realizadas pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul.

Nessa perspectiva, também aponta que as peças apresentadas pela Agência CIN não contém criação de logomarca que integre a proposta da nova grade com os itens definidos no *briefing*.

A respeito dessa impugnação, Presidente, já de início é importante apontar que causou estranheza os termos apresentados pela empresa recorrente sobre o suposto não atendimento aos objetivos constantes do *briefing*, na medida que a afirmação compreende uma inverdade, é impertinente ao procedimento em tramitação junto a essa Casa Legislativa e busca apenas deslegitimar a Agência licitante.

Tal conduta, s.m.j., demonstrando claramente uma postura irresignada com o insucesso no procedimento e leviana, uma vez que transpõe sua insatisfação ao trabalho técnico promovido pela Subcomissão Técnica e, via de consequência, para a Comissão de Licitação.

Não obstante esse inconformismo, o que se colhe dos autos é a clara presença da capacidade técnica da Agência CIN, bem como a probidade e boa-fé na condução de sua participação no certame e bem como por parte do Legislativo na condução do processo licitatório.

Feitas essas considerações, especificamente no que se refere às afirmações lançadas pela recorrente, é importante salientar que o primeiro objetivo presente no ANEXO I – BRIEFING, item 4, é “*o fortalecimento do poder Legislativo de São Caetano do Sul como órgão fiscalizador e protagonista nos debates da gestão pública do município*”.

Nesse passo, para atendimento dessa demanda, a proposta apresentada pela requerente trata a Câmara como protagonista desde a sua concepção, o que está



explícito, além das peças, também no subquesto da Ideia Criativa<sup>5</sup>, no qual consta dentre o programa o “conjunto planejado para posicionar a Câmara, definitivamente, como protagonista em São Caetano do Sul”.

Tal metodologia tem como objetivo destacar todo o trabalho realizado pelos vereadores desde a fiscalização dos atos do Executivo à apresentação de projetos que signifiquem o progresso da cidade, tendo como ferramenta essencial o diálogo com a comunidade.

É importante destacar, Presidente, que a síntese da campanha apresentada como proposta é posicionar a Câmara como protagonista, destacar os vereadores enquanto fiscalizadores em prol do Município e fortalecer do diálogo com a população.

Notadamente, por essas razões, é possível verificar que o objetivo de fortalecimento do poder Legislativo de São Caetano do Sul como órgão fiscalizador e protagonista nos debates da gestão pública do Município encontra-se evidenciado na campanha apresentada pela Agência ora requerente.

*In casu*, ainda no subquesto Ideia Criativa, é apresentado pela requerente o objetivo de elucidar à população o papel do Legislativo e esclarecer de que é na Câmara onde são discutidos os projetos para o crescimento do Município de São Caetano do Sul, bem como onde são discutidos assuntos relevantes, tais como a criação de vagas em escolas, a melhoria no atendimento nos hospitais, segurança pública, etc.

Portanto, a campanha tem como objetivo demonstrar que todas as questões essenciais relacionadas a política pública são objeto de análise e deliberação pelo Legislativo.

---

<sup>5</sup> Item 5.1.1.1.1 do Briefing  
Rua Nossa Senhora de Fátima, 89 - Santa Paula, São Caetano do Sul - SP  
CEP: 09540-100 | 11 4318 2430 | contato@agenciacin.com.br

Obviamente, tais premissas, além de fortalecer o poder Legislativo no molde objetivado no *briefing*, também possui correlação com os outros dois objetivos, especialmente naquele relacionado ao incentivo à participação presencial e digital da população em todas as atividades realizadas pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul.

Ressalta-se que esse conceito também está claro nas peças, que utilizam uma linguagem um pouco mais informal, para facilitar o entendimento e atrair o interesse do público alvo em participar dos debates do Legislativo, seja de forma presencial ou *online*.

Como é de conhecimento, os termos usualmente presentes no processo Legislativo não são de domínio público, o que contribui para afastar a população da rotina da Casa, e através da campanha proposta, busca-se enfrentar essas barreiras.

Portanto, essa ideia materializada nas peças cumpre na integralidade o objetivo número 3, que busca “*o Incentivo à participação presencial e digital da população em todas as atividades realizadas pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul*”.

Ainda a respeito dos objetivos, em termos de comunicação, vale destacar que o título “*TV Câmara: esse é o canal*” aliado às expressões “*Fique Ligado*” e “*Sintonia*”, também deixam claro a proximidade e o incentivo à participação popular. Também, a campanha visa disponibilizar vários mecanismos que possibilitam a participação popular, inclusive com a disponibilização de *QR Code* e o canal da TV Câmara no *YouTube*.

Dessa forma, é evidente que tais ações também cumprem o objetivo número dois, que é o de “*Aperfeiçoamento da grade de programação da TV Câmara*”



*de São Caetano bem como a comunicação à população de sua existência e respectivos conteúdos que vão ao ar nos canais oficiais do Legislativo."*

Destaca-se, ainda, que dentre o material de mídia apresentado pela requerente, encontram-se presentes outros vários indicadores que fomentam a participação popular, valendo a menção à mídia onde uma mulher, atenta ao celular, representa uma moradora acompanhando a TV Câmara. Tal ação reforça a ideia de que a programação pode ser acompanhada por todos, de qualquer lugar, bastando um dispositivo conectado à *internet*.

Portanto, é evidente que a proposta da Agência CIN comunica com a população, apresentando ao cidadão diversas possibilidades de interação com a Câmara, demonstrando que pode ocorrer o acesso, a qualquer hora e em qualquer lugar, ou seja, que em qualquer situação do dia a dia é possível o acesso à programação da TV Câmara e o acompanhamento da rotina Legislativa por toda a população.

Nesse mesmo campo, afirmar que a proposta da Agência CIN não atendeu ao objetivo dois, no que também se refere à grade de programação, corresponde a uma conduta leviana por parte da recorrente, uma vez que não se coaduna com os dados presente na documentação apresentada e avaliada pela Subcomissão Técnica.

Com efeito, merece destaque o fato de que a agência requerente foi a única das empresas participantes do certame a aperfeiçoar, de fato, a grade de programação da TV Câmara, apresentando um planejamento composto por dez novos programas, sendo estes: Resumo da Sessão; Fala, São Caetano; Por Dentro da Câmara; Minha História; 5 Curiosidades; Pergunta do *Whats*; Câmara Kids; 60 Segundos; Baú da Câmara e; Câmara *News*.

Como se vê, Presidente, de forma óbvia, a recorrente não se atentou à proposta da Agência CIN ao formular as impugnações recursais, uma vez que estas carecem de forma clara de veracidade. Além disso, deixou de considerar que tal programação foi objeto de análise pela Subcomissão Técnica, que atribui nota a qual a proposta fez *jus* diante de todo o trabalho, que compreendeu a elaboração de dez novos programas distintos para atingir todo o público-alvo, e com os formatos e os planos de veiculação detalhados, especialmente na *landing page* apresentada.

Pois bem, através dessas informações e do que já consta nos autos, em que pese o esforço da empresa recorrente em questionar a nota atribuída à Agência CIN, o fato é que trata-se apenas da construção de uma narrativa que busca descreditar a empresa requerente que, de modo diverso do apontado na peça recursal, atendeu de forma plena aos requisitos e exigências técnicas e de preço presentes no Edital.

Já no que se refere aos Desafios, item 3 do *briefing*<sup>6</sup>, este demonstra a importância do fomento ao desenvolvimento da TV Câmara, buscando através disto que as agências licitantes propiciem, através das ações, o conhecimento desse canal e incentivem o acesso da população aos seus conteúdos e, ainda que seja proposta nova grade de conteúdo com atendimento de requisitos que visam o aprimoramento.

Sobre esse particular, entende-se, novamente, que a recorrente sequer se atentou à proposta da Agência CIN ao apontar que o Desafio não havia sido observado na proposta, porque se o tivesse feito, obviamente não incorreria nesse erro grosseiro

---

<sup>6</sup> Nesse contexto, a TV Câmara tornou-se a grande central de produção de conteúdo do Legislativo e, as redes sociais, os canais mais utilizados para publicação e distribuição desses materiais. Há necessidade, contudo, de proporcionar conhecimento desses canais e incentivar o acesso da população aos seus conteúdos, muitas vezes, com baixa audiência se formos comparar ao número de moradores de São Caetano do Sul, 162.763 (cento e sessenta e dois mil, setecentos e sessenta e três), segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Essencial, inclusive, que seja proposta nova grade de conteúdo que integre os seguintes itens, com respectiva criação de suas logomarcas: Resumo das sessões ordinárias; Espaço aberto de opinião popular sobre temas relacionados aos projetos debatidos; Explicação sobre o funcionamento da Câmara; Entrevistas com parlamentares e personalidades; Curiosidades gerais da Casa de Leis e seus membros; Participação por meio de perguntas enviadas pelo WhatsApp e demais redes sociais; Incentivo à participação de crianças e jovens por meio de conteúdos especiais; Resumo dos demais eventos e sessões; História do poder Legislativo; E telejornal.



de questionar as notas e a habilitação da requerente por supostamente não atender a esse quesito.

*In casu*, conforme mencionado acima, o que se extrai da documentação é que a proposta da Agência CIN foi a única a apresentar uma nova grade de programação da TV Câmara com a criação de dez programas, totalmente alinhados com o Desafio proposto no *briefing*.

Também, conforme já citado, além de apresentada a nova programação, foram detalhados os formatos dos programas e seus planos de veiculação.

Ora, Presidente, com o devido respeito, chega a beirar o inimaginável ser questionada a proposta da única Agência que atendeu de forma plena os requisitos constantes do *briefing*.

Quanto a afirmação de que as peças apresentadas pela Agência CIN não contém a criação de logomarca que integre a proposta da nova grade com os itens definidos no *briefing*, importa esclarecer que a proposta elaborada pela requerente não poderia estar mais adequada a estas reivindicações, tendo em vista que utilizou a TV Câmara como "parâmetro" para a produção e exibição de conteúdos dos Legislativos. Do mesmo modo, consoante ao buscado no Desafio, reformulou a sua programação para multiplicar o alcance perante o público-alvo.

Portanto, não há que se falar na questão da logomarca.

Ressalta-se, nessa perspectiva, que seria absurda a interpretação do contido no trecho do item 3 do *briefing* na forma como apontado pelo requerente, uma vez que o próprio edital limitou a possibilidade de apresentação de apenas 7 (sete) peças, sob pena de desclassificação, ou seja, caso fossem criadas logomarcas para cada



item que integre a grade de conteúdo, de maneira evidente a Agência CIN seria desclassificada do certame.

Não obstante a isso, evidentemente, caso o Ente licitante opte por essa exigência após a contratação, serão disponibilizadas as logomarcas vinculadas a implantação dos programas a serem desenvolvidos na nova grade de conteúdo.

Desse modo Presidente, diante da demonstração de atendimento da proposta técnica da Agência CIN, aos objetivos e desafios presentes no *briefing*, seja nas presentes contrarrazões bem como nos documentos já presente nos autos, requer o afastamento do pleito da recorrente Agência Octopus.

Prosseguindo, quanto às impugnações referentes à verba referencial presente no *briefing* que consiste nas impugnações presentes às fls. 03 a 07 da peça recursal, temos que de forma leviana a empresa Agência Octopus tenta apresentar a esse Presidente e à Comissão dados que buscam deslegitimar a proposta apresentada pela Agência Cin, apresentados dados diversos daqueles apresentados na proposta.

Contudo, já de início é importante consignar que os cálculos, descontos mencionados ou até mesmo a suposta inobservância da verba disponível para campanha não devem prosperar pois não correspondem aos fatos reais vinculados a proposta de preço.

Com efeito, as tabelas apresentadas pelo recorrente são diversas daquelas utilizadas pela Agência CIN, sendo que por esse motivo ocorre a suposta divergência de valores apontada na peça recursal.

Contudo, é importante que se considere que a tabela ABCD Real utilizada pela Agência CIN é um documento oficial, contemporâneo à licitação e, portanto, vigente. Do mesmo modo, o documento possui todas as validações



necessárias, rubricado e atestado pelo veículo, sendo que desta é possível observar que o valor utilizado para mídia pela requerente é o correto, e, diverso daquele apontado pelo recorrente, possui um formato e de fato existe:

## ALESSI COMUNICAÇÃO LTDA

### TABELA DE PREÇOS

O Portal de Notícias ABCD Real, editado pela Alessi Comunicação Ltda., com 20 anos de atuação, veiculando as mais importantes notícias sobre os sete municípios do ABCD, dispõe de espaços para veiculação publicitária nos formatos e valores expressos a seguir:

Tipo	Dimensão	Unidade de venda	Valor diário
Super Banner	728 x 90px	DIÁRIA	R\$ 1.000,00
Banner Lateral 1	300 x 100px	DIÁRIA	R\$ 250,00
Banner Lateral 2	300 x 300px	DIÁRIA	R\$ 500,00
Banner Lateral 3	300 x 600px	DIÁRIA	R\$ 750,00
Rodapé	728 x 90px	DIÁRIA	R\$ 250,00

Formatos suportados: png, jpg, e gif.

### PROGRAMA JOAQUIM ALESSI

A Alessi Comunicação Ltda. Também leva ao ar semanalmente o Programa Joaquim Alessi, em emissora de TV Regional do ABCD, e nas redes sociais, a exemplo de Facebook, Canal de YouTube, Instagram e outros.

Dirigido e apresentado pelo jornalista Joaquim Alessi, com 47 anos de carreira e passagem por grandes veículos nacionais de comunicação, o programa retrata o dia a dia das sete cidades que compõem a região.

O Programa Joaquim Alessi dispõe de espaços para veiculação de spots, como segue:

**Formato: Mp4**  
**Dimensão: Spot de 1 minuto**  
**Unidade de venda: DIÁRIA.**  
**Valor diário: R\$ 1.500,00**  
**(hum mil reais).**

**Formato: Mp4**  
**Dimensão: Spot de 30 segundos**  
**Unidade de venda: DIÁRIA.**  
**Valor diário: R\$ 750,00**  
**(setecentos e cinquenta reais).**

05.544.172/0001-40  
ALESSI COMUNICAÇÃO LTDA  
Rua Oswaldo Cruz, 480  
Jd. Estrela - CEP 08185-440  
SANTO ANDRÉ - SP

ALESSI COMUNICAÇÃO LTDA  
  
Joaquim Benedito Alessi  
Diretor  
CPF: 838.310.708-06

Como se vê, as afirmações presentes às fls. 05 da peça recursal de que houve um desconto "de 50% do valor bruto da tabela" não procede, uma vez que, conforme já mencionado, o cálculo apresentado pelo recorrente origina dessa

divergência entre tabelas referenciais, e considera valores de tabela diversa daquela vigente e utilizada pela Agência CIN para a composição dos preços.

Desse modo, não há na precificação da requerente, conduta que contrarie as disposições do edital.

Do mesmo modo, o valor para a mídia indoor para anúncios a cada 12', no valor de R\$42,50, apresentado pela Agência CIN, está correto e foi obtido junto à tabela de preços do veículo Hello, vigente à época da publicação do Edital, conforme anexo (**documento 01**).

Assim, diante desse cenário e da precificação promovida através de tabelas oficiais, a Agência CIN atende aos requisitos presentes no edital, inclusive aquele relativo à verba disponível para campanha que foi devidamente observada, não havendo no processo, qualquer vício, nulidade ou infração ao princípio da isonomia.

Portanto, diante do aqui exposto resta evidente que no caso concreto não há qualquer vício na proposta técnica e de preço ou motivo que enseje a diminuição da pontuação atribuída à Agência CIN ou, o que seria absurdo, sua desclassificação, uma vez que restaram atendidos todos os critérios previstos e exigidos no edital, não estando presentes vícios ou defeitos. Do mesmo modo, a proposta técnica e de preço é correta, concreta e exequível, não se obteve nota zero em quaisquer dos 7 itens avaliados tecnicamente e, resta comprovada a veracidade dos elementos informativos prestados na proposta.

Como se vê, consoante ao já mencionado nas presentes contrarrazões, a recorrente na expectativa de comprometer a regular tramitação do procedimento, utiliza-se de interpretação equivocada para alegar que não foram atendidos os requisitos presentes no edital pela requerente, sem, contudo, trazer situação concreta



que fundamentasse seu pleito, o que requer seja considerado na avaliação das contrarrazões e do recurso.

Por fim, merece ainda comentários as considerações da recorrente às fls. 16 da peça recursal onde demonstra seu inconformismo com a suposta "incoerência das pontuações entre as licitantes", se restringindo a atacar a Comissão de Licitações com afirmações indelicadas e inverídicas, tudo para trazer um ar de nebulosidade que não encontra-se presente nesse processo licitatório.

Sobre esses ataques desmotivados, a requerente apenas entende que a empresa recorrente apenas apresenta um recurso desprovido de fundamentações concretas que apenas materializa sua injusta irresignação com o resultado de sua classificação e tenta atribuir à causa desse insucesso a existência de condutas que sequer estão presente nesses autos e que afrontam a conduta zelosa, legal e lúdima dessa Comissão e da Subcomissão Técnica que observaram o previsto no Edital bem como os instrumentos normativos.

Não obstante a isso, vale destacar um fato curioso da peça recursal, de que para destacar sua expertise, o que justificaria eventualmente uma avaliação técnica diversa do ocorrido no processo licitatório em comento, a Agência Octopus aponta a realização de trabalhos junto à Câmara de Vereadores de São Paulo e do Tribunal Superior Eleitoral.

Ocorre que, s.m.j., a produção vinculada ao Tribunal Superior Eleitoral não pode ser utilizada como parâmetro para se aferir a expertise de uma agência, uma vez que, havendo sucesso ou não na campanha, a veiculação de propaganda do TSE em um contexto de um Estado Democrático é obrigatória, especialmente, se realizada dentro de um contexto eleitoral.

Desse modo, o que se busca afirmar é que cada agência de publicidade possui um portfólio de ações, campanhas, contratos, dentre outros, contudo, em um processo licitatório, o que se demonstra relevante, especialmente em um torneio cujo julgamento se dá pela técnica e preço, é a vinculação ao Edital e o objeto buscado pelo Ente licitante, o que, s.m.j., não foi considerado pela recorrente Agência Octopus.

Portanto, das razões apresentadas se colhe o evidente inconformismo da recorrente em seu insucesso no torneio, face a classificação da empresa requerente, que apresentou a proposta mais bem classificada na análise da proposta técnica, materializando assim o interesse público em sua participação, possuindo capacidade técnica para a execução do objeto em conformidade com o objetivado pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul, não havendo qualquer motivo que demande o provimento das razões interpostas pela recorrente.

#### **IV. DO PEDIDO:**

Em suma, se colhe das razões apresentadas que o recurso interposto decorre do inconformismo e insucesso da empresa OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA. na Concorrência Pública n.º 02/2023, promovida pela Câmara Municipal de São Caetano Sul apresentou razões recursais infundadas e inoportunas, diante da sua irresignação com o resultado do certame em que a requerente restou por apresentar melhor proposta, não havendo nessa fundamentação, qualquer motive que demande o provimento do recurso administrativo.

Desse modo, diante do todo o exposto, requer:

(i) o recebimento e prosseguimento das contrarrazões trazidas nessa oportunidade;

(ii) que seja NEGADO PROVIMENTO AO RECURSO ADMINISTRATIVO da empresa OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA., em sua integralidade, mantendo-se a





classificação e pontuação obtidas pela Agência CIN Comunicação Integrada LTDA., uma vez demonstrado que houve integral atendimento às exigências constantes do instrumento convocatório e;

(iii) que seja dado prosseguimento à licitação para cumprimento das demais etapas do procedimento, em conformidade com o edital.

Termos em que,  
Pede deferimento.

São Caetano do Sul, 17 de agosto de 2023.



**CIN COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**

59.518.563/0001-19

CIN Comunicação Integrada Ltda. - EPP

Rua Nossa Senhora de Fátima, 89

B. Santa Paula - CEP 09540-100

SÃO CAETANO DO SUL - SP

TABELA DE PREÇOS 2022 - POR PESO



PRAÇA	Valor por Inscrição R\$	Peso 1		Peso 2		Peso 3		Peso 4		Peso 5		Peso 6	
		1 inscrição a cada 12' (tbl/sembrano)	R\$	1 inscrição a cada 6' (tbl/sembrano)	R\$	1 inscrição a cada 4' (tbl/sembrano)	R\$	1 inscrição a cada 3' (tbl/sembrano)	R\$	1 inscrição a cada 2' (tbl/sembrano)	R\$	1 inscrição a cada 2' (tbl/sembrano)	R\$
SÃO PAULO	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
ABC	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
BARUERI/SANTANA DE PARNALBA	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
GUARULHOS	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
OSASCO	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
TABOÃO DA SERRA	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
CAMPINAS	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
RIBEIRÃO PRETO	0,0305	819	25,00	1.638	50,00	2.457	75,00	3.276	100,00	4.095	125,00	4.914	150,00
SANTOS/SÃO VICENTE	0,0305	819	25,00	1.638	50,00	2.457	75,00	3.276	100,00	4.095	125,00	4.914	150,00
RIO DE JANEIRO	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
NITERÓI	0,0519	819	42,50	1.638	85,00	2.457	127,50	3.276	170,00	4.095	212,50	4.914	255,00
CURITIBA/PINHAI/S.J. DOS PINHAIS	0,0488	819	40,00	1.638	80,00	2.457	120,00	3.276	160,00	4.095	200,00	4.914	240,00
SALVADOR	0,0488	819	40,00	1.638	80,00	2.457	120,00	3.276	160,00	4.095	200,00	4.914	240,00
GOIÂNIA	0,0305	819	25,00	1.638	50,00	2.457	75,00	3.276	100,00	4.095	125,00	4.914	150,00

Tabela Valida Para Negociação de 2023  
para o cliente comarcas SCs

SOA

8