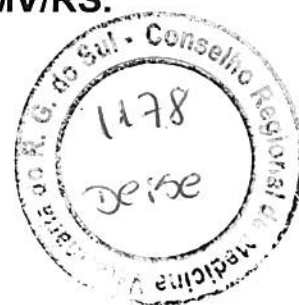


ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DO CRMV/RS.

Concorrência n 01/2025

Interessada: E21 Agência de Multicomunicação Ltda.



Excelentíssimo Senhor Presidente.

A e21 Agência de Multicomunicação Ltda., por intermédio de seu representante legal, vem, respeitosamente, apresentar o presente Recurso, uma vez que foi prejudicada pelas decisões exaradas pela Comissão de Licitações e Subcomissão Técnica.

Quando do julgamento das Propostas Técnicas constantes nas Atas 1 e 2 das sessões dos dias 10/09/2025 e 13/10/2025, devem ser reformadas as decisões proferidas pela eminente Comissão de Licitações e para declarar as Recorridas Agência Euro - Lencina Publicidade LTDA, Moove - Pública Comunicação LTDA e Agência Orbi LTDA DESCCLASSIFICADAS no certame, em especial porque as mesmas COMETERAM DIVERSOS DESCUMPRIMENTOS AO EDITAL, razões de fato que passa a expor a seguir:

I – DOS FATOS

Durante a fase de julgamento da proposta técnica apresentada pela empresa Euro, foram identificadas diversas irregularidades formais e materiais, que comprometem a validade e regularidade da proposta, notadamente no que se refere às exigências estabelecidas no edital.

A seguir, apresentamos e fundamentamos os diversos vícios insanáveis:

1. TEXTO DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA NÃO SEGUE AS REGRAS DO EDITAL

Em violação ao subitem 11.2 do edital, que estabelece o limite de 25 (vinte e cinco) linhas por página, a concorrente apresentou o seu texto da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” em quantidade superior, descumprindo a exigência editalícia, o que deve ensejar desclassificação da proposta técnica. Vejamos o que dispõe o edital de forma explícita e incontestável:

(...)

Quesito “a” – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

11.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentada da seguinte forma:

a) em papel A4, branco, a 90gr/m2, orientação retrato;

b) com espaçamento de 02 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento 'simples' entre todas as linhas;
- f) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- g) com texto e numeração de páginas m fonte 'arial', estilo 'regular/normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem negritos, itálicos ou sublinhadas, assim consideradas as configurações do editor de texto Microsoft Word;
- h) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna (excluindo e não contando a capa e a contracapa), em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- i) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- j) capa e contracapa em papel A4 branco, a 90gr/m2, ambas em branco e sem numeração de página;
- k) com máximo de 25 linhas; (Grifo nosso)**
- l) sem identificação da licitante.
- (...)

A empresa apresentou um texto com mais de 25 linhas:



Ao proceder desse modo, a Recorrida Euro não só descumpru a letra "k" do item 11.2 do Edital, como também descumpru o item 11.2.5, que alega que "O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro no 02.**"

Ao entregar um texto que não segue as regras do Edital, DIFERENTE DAS DEMAIS CONCORRENTES, há a efetiva possibilidade de identificação, o que viola a isonomia do certame.

Observa-se que essa questão não é mera formalidade e não pode ser ignorada, visto que há um FORTE ELEMENTO DE IDENTIFICAÇÃO da proposta da recorrida.

Portanto, devido às violações do Edital, a recorrida Euro deve ser desclassificada do certame.

2. APRESENTAÇÃO DE PEÇAS ELETRÔNICAS

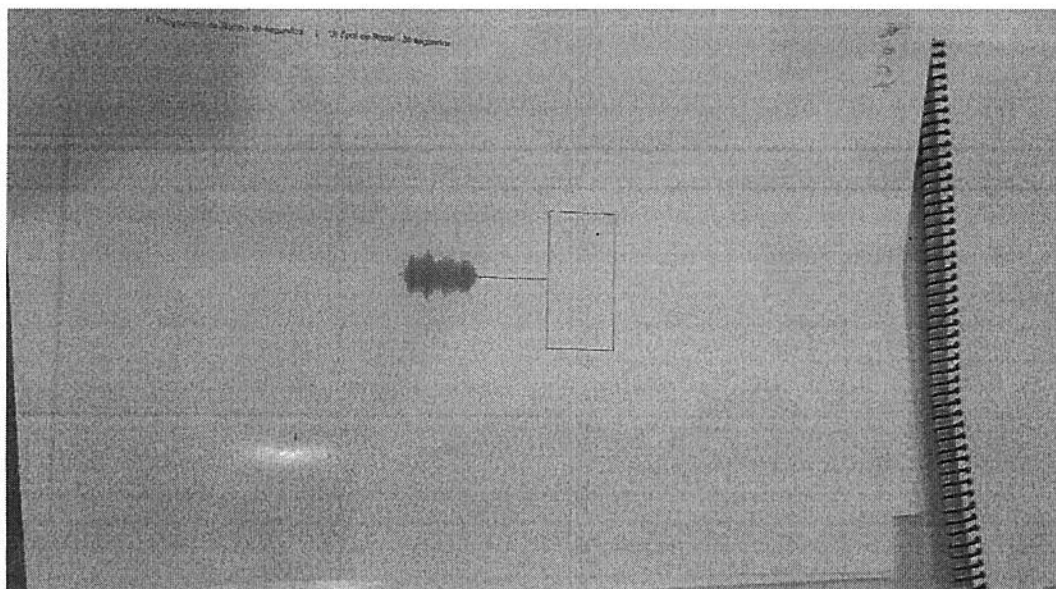
Vejamos a disposição do Edital quanto à apresentação das peças que compõem a Ideia Criativa:

(...)

11.3.3.3 Não serão aceitos *story-boards eletrônicos, animados, layouts eletrônicos ou animatics para TV, rádio e internet.*

(...)

Ou seja, não é permitido apresentar NENHUMA das 10 peças em formato digital, o que não foi seguido pela Recorrida Euro, a qual apresentou duas peças de rádio em uma mesma página e dentro de um pen drive (imagem abaixo), VIOLANDO DIRETAMENTE as regras do instrumento convocatório.



Mais uma vez, a empresa recorreu a um recurso expressamente vedado pelo edital, ao apresentar peças em digital que, além de descumprir a exigência da regra, confere vantagem indevida ao permitir uma exibição mais atrativa e impactante das peças, comprometendo a isonomia entre os licitantes e violando o princípio do julgamento objetivo.

Para não comprometer a isonomia entre os licitantes, a Comissão deve ensejar a **DECLASSIFICAÇÃO** da proposta técnica, nos termos do princípio da vinculação ao edital e do julgamento objetivo previsto na Lei nº 14.133/2021.

3. INCONSISTÊNCIAS NOS VALORES DE PRODUÇÃO

A proposta técnica da empresa EURO apresenta graves irregularidades e equívocos na apresentação de valores referentes à produção. Vamos aos pontos:

3.1 VALOR ANCINE

A Euro apresenta no seu "Anexo 8 - Planilha de Produção" a informação sobre o seu filme produzido para TV, sugerindo que o mesmo será desenvolvido pela própria licitante, apenas taxa de Ancine (imagem abaixo).

Anexo 8 - Planilha Produção

MEIO	DESCRIPTIVO PRODUÇÃO	QUANTIDADE	UNITÁRIO	CUSTO TOTAL	%
TV	VÍDEO PRODUZIDO A PARTIR DE BANCO DE IMAGENS, COM VEICULAÇÃO EM TV ABERTA. A PRODUÇÃO SERÁ DESENVOLVIDA PELO LICITANTE, SENDO ASSIM NÃO HAVERÁ CUSTO DE PRODUÇÃO, APENAS TAXA DE ANCINE.	1	R\$ 305,00	R\$ 305,00	1,0%
	BANCO DE IMAGENS FREEPK - ASSINATURA 30 DIAS PREMIUM: Acesso a conteúdo de estoque Premium: mais de 250 milhões de fotos, vídeos, modelos e outros tipos de recursos de alta qualidade. Downloads ilimitados.	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	0,3%
	SERVIÇO DE ENVIO DIGITAL DO COMERCIAL DE 15 SEGUNDOS DAS EMISSORAS DE TV	4	R\$ 255,00	R\$ 1.020,00	4,0%
YOUTUBE	PRODUÇÃO DE VT DE 15 SEGUNDOS PARA YOUTUBE. A PRODUÇÃO SERÁ DESENVOLVIDA PELO LICITANTE, SENDO ASSIM NÃO HAVERÁ CUSTO DE PRODUÇÃO.	1	-	-	-
15-10K	PRODUÇÃO DE VÍDEO PARA 10K - 30 SEGUNDOS. A PRODUÇÃO SERÁ DESENVOLVIDA PELO LICITANTE, SENDO ASSIM NÃO HAVERÁ CUSTO DE PRODUÇÃO.	1	-	-	-
RAÍO SPOT TV	SPOT 30" TRILHA PESQUISADA, LOCUÇÃO MASCULINA, EFEITOS SONOROS, MIXAGEM E MASTERIZAÇÃO.	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	3,50%
PRODUÇÃO DE LONA OUTDOOR	PRODUÇÃO DE LONA OUTDOOR - 8M X 3M	1	R\$ 1.280,00	R\$ 1.280,00	4,6%
CARTAZES	CARTAZES - FORMATO A3 - 4 X 0 CORES - PAPEL COUCHÉ FOSCO 115g	6.000	R\$ 1,25	R\$ 7.500,00	25,0%
FOLDERS	FOLDERS FORMATO ABERTO 30CM X 21CM - 4 X 4 CORES - 1 DOBRA - PAPEL COUCHÉ FOSCO 115g	42.000	R\$ 0,40	R\$ 16.800,00	55,0%
TOTAL		45.005		R\$ 31.345,00	100,0%

Detalhe:

Anexo 8 - Planilha Produção

MEIO	DESCRIPTIVO PRODUÇÃO	QUANTIDADE	UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
TV	VÍDEO PRODUZIDO A PARTIR DE BANCO DE IMAGENS, COM VEICULAÇÃO EM TV ABERTA. A PRODUÇÃO SERÁ DESENVOLVIDA PELO LICITANTE, SENDO ASSIM NÃO HAVERÁ CUSTO DE PRODUÇÃO, APENAS TAXA DE ANCINE.	1	R\$ 305,00	R\$ 305,00
	BANCO DE IMAGENS FREEPK - ASSINATURA 30 DIAS PREMIUM: Acesso a conteúdo de estoque Premium: mais de 250 milhões de fotos, vídeos, modelos e outros tipos de recursos de alta qualidade. Downloads ilimitados.	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00

A proposição foi feita para a apresentação no certame de um valor substancialmente inferior ao praticado oficialmente junto a produtoras. Porém, é uma atividade que não se aplica na prática, visto que para solicitar a geração do Ancine é necessário que o proponente esteja

cadastrado no seu registro como “Produtora de Vídeo” e ter diretor de cena que assine a produção do material.

Diante disso, impõe-se a impossibilidade de realização do filme pela própria agência e o reconhecimento de um ERRO GRAVE no material da proposta, com a consequente desclassificação da empresa Euro por uma prática que não se aplica na realidade e confere vantagem indevida ao permitir a apresentação de valores mais atrativos para a campanha, que podem ser utilizados na veiculação da mensagem junto aos público e violando o princípio do julgamento igual para todos.

3.2 VALOR TABELA ANCINE

Além da impossibilidade de realização citada no item 3.1, a Euro também não seguiu o valor correto de tabela praticado pela Ancine para veiculação de comerciais.

Como mostrado no item 3.1, a Euro utiliza o valor de R\$ 305,00 para a taxa da Ancine (imagem abaixo).

Anexo 8 - Planilha Produção

MEIO	DESCRIPTIVO PRODUÇÃO	QUANTIDADE	UNITARIO	CUSTO TOTAL
	VÍDEO PRODUZIDO A PARTIR DE BANCO DE IMAGENS, COM VEICULAÇÃO EM TV ABERTA. A PRODUÇÃO SERÁ DESENVOLVIDA PELO LICITANTE, SENDO ASSIM NÃO HAVERÁ CUSTO DE PRODUÇÃO, APENAS TAXA DE ANCINE.	1	R\$ 305,00	R\$ 305,00
	BANCO DE IMAGENS FREEPIK - ASSINATURA 30 DIAS PREMIUM: Acesso a conteúdo de modelos e outros tipos de recursos de	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00

Porém, como mostra a tabela dos valores, há uma divergência no montante a ser considerado, que deveria ser de R\$ 2.977,51, para a “Radiofusão de sons e imagens (TV Aberta)”.

VALORES CONCECINE
(PORTARIA INTERMINISTERIAL Nº 835, DE 13 DE OUTUBRO DE 2015)

I. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária estrangeira em:

Segmento	Valor
Todos os segmentos de mercado	R\$ 250.210,57
Rádiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 208.512,98
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 29.787,57
Vídeo doméstico	R\$ 17.877,55
Salas de exibição	R\$ 17.877,55
Outros mercados	R\$ 2.977,51

II. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária Brasileira filmada/gravada no exterior em:

Segmento	Valor
Todos os segmentos de mercado	R\$ 64.949,75
Rádiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 46.392,68
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 13.917,80
Vídeo doméstico	R\$ 8.118,72
Salas de exibição	R\$ 8.118,72
Outros mercados	R\$ 1.159,82

III. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária Brasileira filmada/gravada no Brasil em:

Segmento	Valor
Todos os segmentos de mercado	R\$ 4.466,26
Rádiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 2.977,51
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 1.488,75
Vídeo doméstico	R\$ 888,25
Salas de exibição	R\$ 888,25
Outros mercados	R\$ 300,25

Mais uma vez, a empresa erra e encontra vantagem indevida ao ter menos investimentos em produção e aplicá-los na veiculação de mídia, violando o princípio do julgamento igual para todos.

Diante disso, impõe-se o reconhecimento de mais um ERRO GRAVE no material da proposta e a consequente desclassificação da empresa Euro.

4. VIOLAÇÃO QUANTO AO USO DE PEÇAS EM OUTROS MEIOS

A proposta técnica da empresa MOOVE apresenta uma grave irregularidade formal na utilização das peças criadas. Embora o Edital não cite algumas informações, os esclarecimentos são complementos do Edital e devem ser seguidos em todas as suas limitações.

Sendo assim, o "Esclarecimento 8", disponibilizado no dia 08 de setembro de 2025, possui uma pergunta que não deixa dúvidas quanto a utilização da peça criada para TV. Segue:

O filme de tv, não pode ser aproveitado para outros meios e canais?

Esclarecimento: Não, a peça TV é de exclusividade deste meio.

A empresa Moove descumpriu a regra imposta pelo Edital utilizando a TV Conectada em uma prática que confere vantagem competitiva indevida, já que permitiu a exibição de um volume maior de conteúdo criativo, impactando de forma desproporcional os critérios de avaliação da Ideia Criativa.

Primeiro, é importante entendermos a distinção entre TV Conectada (CTV) e a TV tradicional, ou linear. Embora ambas utilizem uma tela de televisão, as características intrínsecas da CTV a posicionam como um meio distinto, com lógicas de distribuição, consumo e monetização radicalmente diferentes da TV linear.

A TV tradicional (linear) refere-se à transmissão de programação por meio de redes de satélite ou cabo, seguindo uma grade de horários fixos. O conteúdo é acessado através de canais pré-determinados, e a experiência do espectador é passiva, limitada ao que está sendo transmitido no momento. Embora ela possa ser acessada por outras formas de consumo - internet, em celular, etc -, ela existe sem a necessidade de um suporte, apenas uma tela.



Em contraste, a TV Conectada (CTV) é definida como "o método de transmissão de conteúdo da Internet em uma tela de televisão". Isso inclui Smart TVs com conectividade à internet integrada, bem como dispositivos de streaming como Roku, Amazon Fire TV Stick, ou consoles de jogos. A CTV é, portanto, um dispositivo que permite o acesso a conteúdo Over-the-Top (OTT), que é o método de streaming de conteúdo via internet em qualquer dispositivo. Ou seja, ela precisa do suporte da internet para ser distribuída.

Há outra grande diferença entre a TV e a CTV que é a flexibilidade. A TV tradicional impõe horários fixos e uma programação linear. Já a CTV, através do streaming, permite que o espectador assista ao conteúdo sob demanda, escolhendo o que, quando e onde assistir. Essa autonomia do consumidor é uma característica central que desvincula a CTV do modelo tradicional e o coloca como um canal de internet e não de TV.

Embora a CTV se refira especificamente à tela da televisão, o conteúdo que ela veicula (OTT) pode ser acessado em múltiplos dispositivos (desktop, celular, tablet). Ou seja, tratar a CTV como mera extensão da TV tradicional seria ignorar suas características diferentes que são aplicadas também na divulgação de publicidade.

Trata-se, portanto, de uma conduta que não pode ser tratada como mero erro formal, tampouco passível de desconsideração sob a ótica da aplicabilidade da verba. Estamos diante de uma infração grave em que a empresa ampliou indevidamente o número de veiculações da campanha, com ganho de vantagem para a proposta técnica em uma ação que descumpra as regras impostas pelo Edital - fato que, por si só, justifica a desclassificação da proposta técnica.

Diante disso, impõe-se o reconhecimento de um ERRO GRAVE no material da proposta e a consequente desclassificação da empresa Moove.

5. USO INDEVIDO DE VEÍCULO

A proposta técnica da empresa Moove apresenta uma grave irregularidade no uso da Rádweb na Estratégia de Mídia e Não Mídia. Na página 39 do seu Plano de Comunicação, em seu texto de defesa, a empresa deixa bem claro esse uso: "Complementando essa estratégia com a Rádweb, que é uma agência que produz uma ampla cobertura jornalística, e coloca a disposição para download de rádios pelo Brasil. Além do recebimento ou produção de materiais jornalísticos ou comerciais, de marcas e entidades. Nossa tática prevê 3 envios do nosso material de rádio, o manifesto 60", com um média de 150 aproveitamentos, o que amplia consideravelmente nosso alcance com o meio rádio."

Ocorre que, a Rádweb não divulga conteúdos promocionais, mas sim informativos, como eles mesmo se descrevem no seu site: "Há mais de duas décadas, **produzimos e distribuimos gratuitamente notícias** para rádios AM e FM do Brasil inteiro. Trabalhamos para oferecer conteúdos confiáveis e relevantes que enriqueçam a programação das emissoras brasileiras."



No entanto, como citado anteriormente, a empresa Moove indicou para a Rádweb o seu manifesto de 60", um texto institucional, contrariando o que o veículo aceita na sua divulgação e ultrapassando os limites operacionais estabelecidos para a execução da proposta.

Vale ressaltar o que é um texto manifesto através de uma consulta rápida na internet, mas que pode ser resumido em "texto dissertativo de cunho político, cultural ou social, que visa expressar o ponto de vista de um ou mais autores para um grande público. Tudo isso com o intuito de sensibilizá-lo ou convencê-lo." Ou seja, não é um texto informativo, mas sim persuasivo, o que contraria diretamente a política editorial da Rádweb.

Essa discrepância não é um mero detalhe. A apresentação de uma proposta que inclui uma ação de mídia inviável ou que desrespeita as diretrizes do veículo de comunicação proposto configura uma inconformidade substancial. Em processos licitatórios, propostas que contêm vícios ou não atendem às especificações técnicas ou comerciais detalhadas no edital devem ser desclassificadas. A inexecutabilidade de parte da proposta, ou a sua não adequação às condições de mercado ou às características do serviço, pode levar à desclassificação imediata, uma vez que tais defeitos não podem ser ajustados ou sanados sem alterar o conteúdo substancial da proposta.

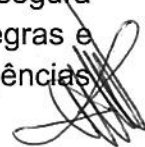
Ademais, a inclusão de uma estratégia de mídia que se baseia em uma premissa incorreta (a veiculação de conteúdo promocional em um veículo exclusivamente informativo) demonstra uma falha no planejamento e na compreensão das condições de execução do serviço. Tal falha compromete a executabilidade da proposta como um todo, visto que o alcance e o impacto esperados para a campanha, conforme apresentados pela Moove, não seriam atingidos da forma prometida. A desclassificação de propostas por inexecutabilidade ou por não atendimento às especificações é uma medida necessária para garantir a seriedade e a lisura do processo licitatório, protegendo a Administração Pública de contratações que não cumpram plenamente seus objetivos.

Diante do exposto, a proposta da empresa Moove deve ser desclassificada do processo licitatório. A utilização indevida da Rádweb para a veiculação de um manifesto institucional, em desacordo com a natureza do veículo e com as próprias regras do processo, configura uma não conformidade grave e insanável.

6. DESCUMPRIMENTO EDITAL

Conforme registrado na ata da sessão 1, do dia 10 de setembro de 2025, houve o descumprimento do item 11.2 do Edital pela campanha: Da Saúde animal à saúde de todos.

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório é um dos pilares fundamentais das licitações públicas, conforme preconizado pela legislação vigente. Este princípio assegura que o edital é a lei interna da licitação e todos os licitantes devem seguir as suas regras e condições. Qualquer proposta que não esteja em estrita conformidade com as exigências



editais deve ser desconsiderada, sob pena de ferir a isonomia entre os participantes e comprometer a legalidade do processo.

Nesse ponto, a agência ORB 360 deve ser desclassificada pela sua infração inicial. Conforme citado, abaixo está o item 11.2.

(...)

Quesito "a" – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

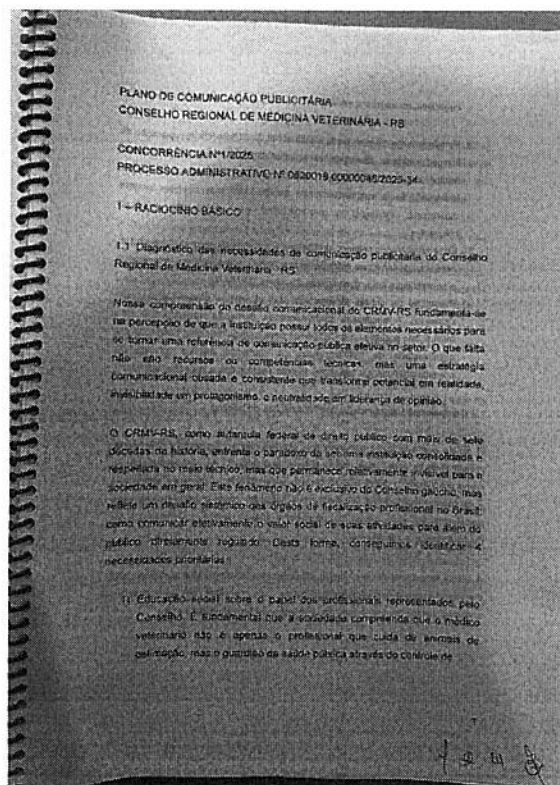
11.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentada da seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, a 90gr/m2, orientação retrato;*
- b) com espaçamento de 02 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;*
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes; (Grifo nosso)***
- d) com textos justificados;*
- e) com espaçamento 'simples' entre todas as linhas; (Grifo nosso)***
- f) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos; (Grifo nosso)***
- g) com texto e numeração de páginas m fonte 'arial', estilo 'regular/normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem negritos, itálicos ou sublinhadas, assim consideradas as configurações do editor de texto Microsoft Word;*
- h) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna (excluindo e não contando a capa e a contracapa), em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;*
- i) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;*
- j) capa e contracapa em papel A4 branco, a 90gr/m2, ambas em branco e sem numeração de página;*
- k) com máximo de 25 linhas;*
- l) sem identificação da licitante.*

(...)

A empresa apresentou um texto com recuo nos parágrafos e com espaçamento duplo entre os parágrafos como visto na imagem em anexo.





A inobservância do item 11.2 do Edital, por parte da empresa concorrente, representa uma não conformidade substancial que afeta a aceitabilidade de sua proposta. A legislação de licitações é clara ao determinar a desclassificação de propostas que apresentem vícios ou que não atendam às especificações técnicas ou comerciais detalhadas no edital. A manutenção de uma proposta com tal irregularidade comprometeria a lisura do certame.

Apesar desse erro, a Euro descumpriu outras especificações do Edital. Entre elas:

6.1 - Apresentou peças diferentes do permitido.

Em violação ao subitem 11.3.3 do Edital:

(...)

limitado a 10 peças, sendo somente 01 (uma) peça para cada 01 (um) dos seguintes meios:

- Jornal
- Cartaz
- Folder
- Rádio
- Internet
- TV - Outdoor.
- Vídeo Youtube ou Tiktok
- Spot
- Busdoor

Como citado, o Edital que estabelece o limite de 10 (dez) peças, com informações sobre quais meios e peças seguir. O mérito de meio e peças foi debatido em vários esclarecimentos do processo licitatório, mas em nenhum foi permitido a inclusão de novas peças na campanha. Fato que a concorrente descumpriu ao apresentar um marcador de página.

Tal fato não pode ser tratado como mero erro formal, visto que a execução da proposta descumpra as regras impostas pelo Edital - fato que, por si só, justifica a desclassificação da proposta técnica -, mas também por apresentar divergência nos valores aplicados para a execução da proposta técnica.

6.2 - Não apresentou todas as peças definidas.

Ainda, completando ao item anterior, a ORB 360 não seguiu o mesmo item 11.3.3 do Edital:

(...)

limitado a 10 peças, sendo somente 01 (uma) peça para cada 01 (um) dos seguintes meios:

- Jornal
- Cartaz
- Folder
- **Rádio**
- Internet
- TV - Outdoor.
- Vídeo Youtube ou Tiktok
- **Spot**
- Busdoor

Ou seja, a leitura é clara que são 2 peças voltadas para o meio rádio. Como citado, em vários esclarecimentos do processo licitatório o mérito das terminologias "meio e peça" foi debatido, mas em nenhum momento foi permitido apresentar apenas uma peça voltada para o rádio. A licitante deveria apresentar 2 peças com a linguagem do meio rádio, sendo uma delas um spot.

Regra que a ORB não cumpre ao apresentar apenas 1 spot de rádio no seu plano de comunicação.

Um ERRO GRAVE ao processo licitatório e o descumprimento das regras impostas pelo Edital - fato que se soma a outros e justifica a desclassificação da proposta técnica.

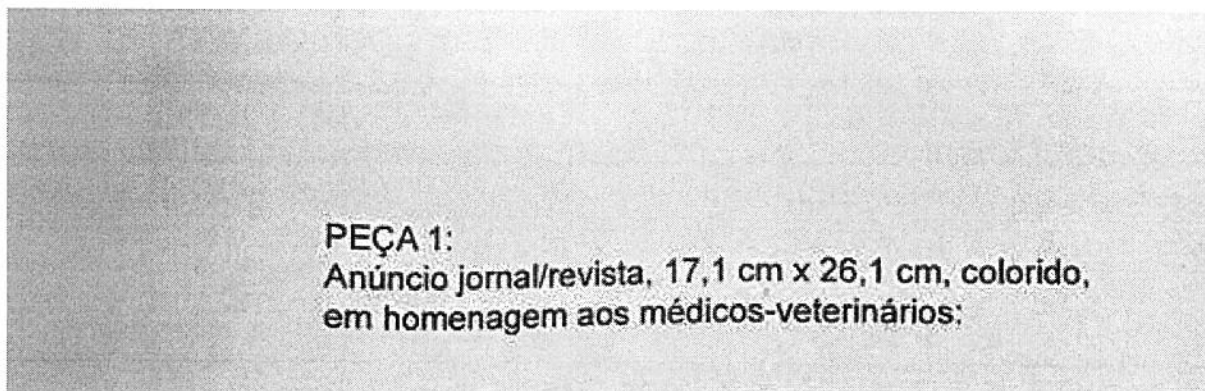
6.3 - Apresentação das peças.

Em violação ao subitem 11.3.3.2 do Edital:



11.3.3.2 Cada peça e/ou material deverá trazer no seu canto superior esquerdo a indicação sucinta do que se refere (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio e anúncio jornal) destinado a facilitar o seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

O presente item cita que as peças devem ser apresentadas com informações sucintas. A empresa ORB 360 não cumpriu com o que determina o Edital, apresentando sua peças em clara dissonância ao que foi solicitado, como mostra a imagem abaixo:



Importante também reiterar o item 11.3.3.6 do Edital:

11.3.3.6 Não poderá ser apresentada defesa ou texto explicativo relativo às peças apresentadas.

Ou seja, não é possível apresentar texto explicativo para as peças apresentadas. Ao citar "em homenagem aos médicos-veterinários" junto à peça, a empresa ignora as regras do Edital e apresenta um material incoerente com o processo licitatório.

Tal fato por si já deveria ser considerado para a desclassificação da proposta técnica da ORB 360, mas ao ser somado com tantos outros, mostram que a DESCLASSIFICAÇÃO da empresa no processo licitatório é ESSENCIAL.

7 – DO PEDIDO

Diante do exposto, requer-se:

- 1 - O conhecimento e o provimento integral deste recurso administrativo, nos termos do art. 165, inciso I, da Lei no 14.133/2021;
- 2 - A DESCLASSIFICAÇÃO das propostas técnicas das empresas EURO, MOOVE e ORB 360 em razão das diversas infrações ao edital, que comprometem a isonomia, a vinculação ao instrumento convocatório e o julgamento objetivo.

Nesses termos, pede deferimento.

Porto Alegre, 20 de Outubro de 2025




E21 Agência de Multicomunicação Ltda

Luciano Gusato Magnoli

Diretor Presidente

180.910/0001-96
AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA
AV. INDEPENDÊNCIA, 1299 / SLA 403
INDEPENDÊNCIA - CEP 90035-077
PORTO ALEGRE - RS