

À

DOUTA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE AMERICANA – ESTADO DE SÃO PAULO

TOMADA DE PREÇOS n. 01/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO n. 055/2023

OBJETO: Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, para fins de divulgação institucional de projetos, programas, obras, serviços, campanhas e outras ações da Câmara Municipal de Americana, de caráter educativo, informativo e de orientação social, conforme especificações e condições descritas no Anexo I deste Edital.

=== RECURSO ADMINISTRATIVO ===

ARKUS PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº 20.491.368/0001-07 e Inscrição Municipal nº 49.895, com estabelecimento-sede à Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1935 – Salas A e B – Chácara Bela Vista, em Jaú/SP, neste ato representada por sua sócia-administradora Sra. MARIA FERNANDA GREGIO RONCHESEL, brasileira, casada, empresária, portadora do CPF n. 277.008.358-96 e do RG n. 27.997.834-0 – SSP/SP, nos termos do edital e das previsões legais, vem, **TEMPESTIVAMENTE, APRESENTAR RECURSO ADMINISTRATIVO**, em face das decisões da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica, no certame citado em epígrafe.

A proponente impugnante foi intimada do prazo recursal, no dia 11/08/2023, através da sessão pública da licitação, dessa forma o prazo para impugnação é de 05 (cinco) dias úteis. Desse modo, a presente impugnação é tempestiva.

Nestes Termos,

P. Deferimento,

Jaú/SP, 18 de Agosto de 2023.

(Assinado Digitalmente com Certificado Digital)

MARIA FERNANDA GREGIO RONCHESEL

SÓCIA-ADMINISTRADORA

ARKUS PROPAGANDA LTDA.

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

DO RECURSO ADMINISTRATIVO.

Nobre Julgador, em que pese todas as *vênias* a brilhante condução do certame em epígrafe por parte da Comissão de Licitação, porém, existem atos que merecem ser revistos de ofício.

Os atos cometidos pela Comissão e da Subcomissão Técnica, merecem ser revistos, diante das irregularidades cometidas pela licitante **LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME (Mira Interativa)**.

Em apartada síntese, a Câmara Municipal de Americana, desejando contratar agência de propaganda, lançou a licitação na modalidade Tomada de Preços, registrada sob n. 01/2023. No dia 07/08/2023, data prevista para o recebimento dos envelopes e abertura do envelope n. 1 e 3, compareceram as empresas ARKUS PROPAGANDA LTDA. – CNPJ n. 20.491.368/0001-07 e LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME – CNPJ n. 18.263.613/0001-87. Em 11/08/2023, foram apresentados os julgamentos das propostas técnicas e foi aberto o prazo recursal. A licitante LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, descumpriu o edital e por esse motivo, deve ser desclassificada, pelos motivos que adiante serão apresentados.

I – FASE RECURSAL: Lei 8666/93 X Lei 10520/02

Fase Recursal na Lei Federal n. 8.666/93

Em primeiro lugar vamos ver o que diz a Lei 8.666/93 sobre o Assunto:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I- recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) habilitação ou inabilitação do licitante;***
- b) julgamento das propostas;***
- c) anulação ou revogação da licitação;***
- d) indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;***
- e) rescisão do contrato, a que se refere o inciso I do art. 79 desta Lei; (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994)***
- f) aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa;***

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

II – representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico;

III – pedido de reconsideração, de decisão de Ministro de Estado, ou Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, na hipótese do § 4º do art. 87 desta Lei, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato.

§ 1º A intimação dos atos referidos no inciso I, alíneas “a”, “b”, “c” e “e”, deste artigo, excluídos os relativos a advertência e multa de mora, e no inciso III, será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para os casos previstos nas alíneas “a” e “b”, se presentes os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

§ 2º – O recurso previsto nas alíneas “a” e “b” do inciso I deste artigo terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

§ 3º Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

§ 4º recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

§ 5º Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada ao interessado.

§ 6º Em se tratando de licitações efetuadas na modalidade de “carta convite” os prazos estabelecidos nos incisos I e II e no parágrafo 3º deste artigo serão de dois dias úteis. (Incluído pela Lei nº 8.883, de 1994)

Agora vamos ver o que diz a Lei 10.520/02 sobre o assunto:

Art. 4º A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras:

I (...)

XVIII – declarado o vencedor, qualquer licitante poderá manifestar imediata e motivadamente a intenção de recorrer, quando lhe será concedido o prazo de 3 (três) dias para apresentação das razões do

recurso, ficando os demais licitantes desde logo intimados para apresentar contra-razões em igual número de dias, que começarão a correr do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos autos;

XIX – o acolhimento de recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento;

XX – a falta de manifestação imediata e motivada do licitante importará a decadência do direito de recurso e a adjudicação do objeto da licitação pelo pregoeiro ao vencedor;

XXI – decididos os recursos, a autoridade competente fará a adjudicação do objeto da licitação ao licitante vencedor;

Podemos sintetizar então as Principais diferenças da fase recursal entre as Modalidades de Licitação da Lei 8666/93 (Concorrência e Tomada de Preços) e as Modalidades da Lei 10.520/02, na tabela abaixo:

CONCORRÊNCIA E TOMADA DE PREÇOS	PREGÃO
1 – O Licitante poderá entrar com recurso contra a decisão da comissão de licitação em habilitar ou inhabilitar os documentos de habilitação.	1 – O Licitante só poderá manifestar o interesse em entrar com recurso, quando o pregoeiro declarar o vencedor do certame
2 – O Licitante poderá entrar com recurso contra a decisão da comissão de licitação em Classificar ou desclassificar a proposta de preço	No Pregão Eletrônico, o pregoeiro poderá aceitar ou não a intenção do recurso.
3 – O Prazo para interpor o recurso é de 05 (cinco) dias úteis.	2 – O Prazo para interpor recurso é de 03 (três) dias.
4 – O Prazo para interpor as Contra – Razões é de 05 (cinco) dias úteis	3 – O Prazo para interpor as Contra – Razões é de 03 (três) dias.
5 – O Recurso nestes casos tem efeito suspensivo	4 – O Recurso não tem efeito suspensivo.
6 – Não há necessidade de registrar em ata a intenção de recurso.	5 – Tem que registrar em ata a intenção de recurso
7 – O Recurso deverá ser feito à Autoridade superior por intermédio de quem praticou o ato recorrido	6 – O Recurso deverá ser feito à Autoridade superior por intermédio do Pregoeiro
8 – O Licitante não é obrigado a informar qual é o teor da sua intenção de recurso	7 – O Licitante é obrigado a informar o motivo da intenção de recurso.
9 – Nenhum prazo de recurso se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada ao interessado	8 – O mesmo

As características da Fase Recursal entre as Concorrências e Tomadas de Preços São Bem Diferentes das encontradas nos Pregões. É bom verificar que na tabela referente aos pregões o termo “dias úteis” foi substituído por “dias”, porém esta falha foi coberta no Decreto 3555/2000 que regulamenta a Lei 10520/02, em seu Inciso XVII do Art. 11.

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
 ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
 DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
 14 2104.4949 | www.arkus.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel. Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

XVII – a manifestação da intenção de interpor recurso será feita no final da sessão, com registro em ata da síntese das suas razões, podendo os interessados juntar memoriais no prazo de três dias úteis;

Feita essa introdução, para justificar que a ARKUS PROPAGANDA LTDA., por expressa disposição legal, pode, em seu recurso administrativo, tratar de outros vícios constantes na proposta da empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, além dos destacados da ata da sessão de 11/08/2023, pois, diferente da modalidade de pregão, não é necessário o prévio consentimento das razões recursais por parte do Presidente da Comissão, por expressa vedação legal. Logo, a ARKUS PROPAGANDA LTDA., é livre para construir seu recurso da melhor forma possível, visando o interesse público e a legislação vigente no Brasil.

II – DO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório é corolário do princípio da legalidade e da objetividade das determinações habilitatórias. Impõe à Administração e ao licitante a observância das normas estabelecidas no Edital de forma objetiva, mas sempre velando pelo princípio da competitividade, da legalidade, da transparência.

Deve-se interpretar os preceitos do ato convocatório em conformidade com as leis e a Constituição. Afinal, é ato concretizador e de hierarquia inferior a essas. Antes de observar o Edital e condicionar-se a ele, os licitantes devem verificar a sua legalidade, legitimidade e constitucionalidade. Alocamos o Edital como derradeiro instrumento normativo da licitação, pois regramenta as condições específicas de um dado certame, afunilando a Constituição, as leis, e atos normativos outros infralegais. Porém, não poderá contraditá-los. Afinal, o Edital, diríamos, antes da execução contratual, seria o derradeiro ato de substancialização da Constituição e das Leis.

Destacamos o seguinte: o Edital do certame não pode ir de encontro com as leis que tratam do mesmo assunto em virtude da hierarquia existente. Deve tratar tão somente de coisas específicas relativas ao certame. Deve, ainda, haver total intersecção com as normas de hierarquia superior. Não pode tratar, portanto, de assuntos que imponham obrigações e deveres não constantes nas leis em virtude do inciso II do art. 5º da Constituição Federal.

Dessa maneira é princípio que vincula tanto a Administração quanto os interessados, desde que, como salientado, as regras editalícias estejam em conformidade com a lei e a Constituição. Conforme o art. 3º da Lei nº 8.666/93, a licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

Dessa maneira é princípio que vincula tanto a Administração quanto os interessados, desde que, como salientado, as regras editalícias estejam em conformidade com a lei e a Constituição. Conforme o art. 3º da Lei nº 8.666/93, a licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

Quando se falar em vinculação ao instrumento convocatório, há uma regra de obrigatoriedade para que a autoridade não omita regras e condições impostas para a participação e execução do contrato. Assim, o Edital desce às minúcias, não podendo ser abstrato a ponto de haver interpretações dúbias. No caso concreto é que se analisará a possibilidade de algum juízo valorativo quanto à forma de prestação de dado serviço, por exemplo. Determinadas mudanças, quando o fim é atingido, poderão estar protegidas pela instrumentalidade das formas, desde que a boa-fé e a ausência de prejuízo para as partes estejam presentes.

Evidenciamos: qualquer quebra do nexo de relação entre o Edital e suas exigências, o objeto da licitação e a execução dos serviços ou aquisição de bens, ensejará a desvinculação ao ato convocatório. Logo, haverá quebra de referido princípio. Precisamos ressaltar que, quando as exigências do ato convocatório forem ilegais, desproporcionais, inconstitucionais, enfim, passíveis de nulidade, a Administração e o licitante não estão obrigados a cumpri-las.

Dito isso, o que está previsto no edital, amparado pelas leis de regência da licitação, devem ser seguidos, tanto pela administração, como pelos licitantes.

III – DO DESCUMPRIMENTO DO INCISO B, DO ITEM 12.1.1 DO EDITAL

Conforme relatado na ata da primeira sessão, em 07/08/2023, a ARKUS PROPAGANDA LTDA., não conseguiu identificar o cumprimento do INCISO B, item 12.1.1, do edital por parte da empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME.

Vejamos:

12.1.1 A licitante deverá elaborar texto relatando sua Capacidade de Atendimento em caderno específico, que será constituída de apresentação de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

(...)

*b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (nome, **formação** e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de **estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;***

(...)

Temos então, que o edital exige que as licitantes, apresentem, no mínimo o **NOME DO PROFISSIONAL**, sua **FORMAÇÃO** e um descritivo de sua **EXPERIÊNCIA**. Além disso, é necessário haver a discriminação das áreas: 1 – Estudo e Planejamento; 2 – Criação; 3 – Produção RTVCi – Rádio, TV, Cinema e Internet; 4 – Produção Gráfica; 5 – Mídia; 6 – Atendimento.

O edital é cirúrgico ao determinar que deve haver a indicação de **QUAL PROFISSIONAL OCUPA CADA UMA DESSAS ÁREAS, APRESENTANDO SEU NOME, FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA**. Não se pode simplesmente, soltar as informações na apresentação da

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

proposta técnica. Não existe subjetivismo ou achismo na administração. DEVE-SE seguir a lei. DEVE-SE respeitar o que está previsto no Edital. A licitante precisa, apresentar essas profissionais.

A empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, deixou de apresentar os responsáveis por cada uma dessas áreas em sua operação. Além disso, em alguns profissionais, deixou de apresentar a formação dos membros, como vamos verificar:



Avenida Gonçalves Dias, 396
contato@mirainterativa.com
19 9819 0579

Limeira - SP - CEP 13496 074
www.mirainterativa.com

RAZÃO SOCIAL: LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE - ME
CNPJ: 18.263.613/0001-47

EXPERIÊNCIA - EQUIPE MIRA PUBLICIDADE

Luis Antônio Tobias

CEO fundador da Agência Mira Interativa e responsável por estabelecer a visão, missão e valores da organização. Ele fornece direção estratégica, inspirando e motivando os membros da equipe a alcançar metas e objetivos. Além disso, participa ativamente e toma decisões estratégicas cruciais para o futuro da empresa, como definir prioridades, alocar recursos, identificar oportunidades de crescimento e diversificação, bem como planejar a longo prazo.

Supervisiona de perto a equipe de gestão da empresa, oferecendo orientação, apoio e avaliação de desempenho. Luis desempenha um papel fundamental no estabelecimento dos valores da empresa, promovendo a colaboração, a inovação e o desenvolvimento de talentos. Ao criar um ambiente de trabalho positivo e motivador, o CEO estimula o engajamento da equipe e aprimora a cultura organizacional como um todo.

Márcio Stradiotto

Publicitário responsável profissional qualificado, formado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep). Com sua formação acadêmica sólida, ele adquiriu conhecimentos fundamentais no campo da comunicação e marketing. Atualmente, Márcio exerce a função de diretor de marketing na agência Mira Interativa, localizada em Limeira, São Paulo. Como diretor de marketing, Márcio desempenha um papel crucial na estratégia e execução de campanhas publicitárias e de marketing para os clientes da agência. Ele é responsável por liderar a equipe, gerenciar projetos, realizar pesquisas de mercado, identificar oportunidades de negócios, planejar e implementar estratégias de marketing digital, além de avaliar resultados e ajustar as abordagens conforme necessário.

Ademilson Ferreira Araujo

Profissional com vasta experiência em publicidade, desempenhando a função de Gestor de Contas/Criativo. Com 25 anos de atuação no campo, ele adquiriu um sólido conhecimento e habilidades ao longo de sua carreira. Ademilson trabalhou na TV e Rádio Jornal de Limeira e também na Rede Record de Televisão São Paulo, onde obteve experiências valiosas no campo criativo. Uma das suas participações notáveis foi no documentário "Rota da Inovação", um projeto desenvolvido para ser transmitido pela TV Cultura e atualmente disponível no streaming Panflix. Essa participação demonstra seu envolvimento em projetos inovadores na área de streaming. Atualmente, Ademilson exerce a função de especialista em contas e projetos na agência Mira Interativa, situada

08

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

em Limeira, São Paulo. Sua experiência diversificada e sua especialização o tornam um profissional qualificado para lidar com as demandas criativas e de gerenciamento de contas no campo da publicidade.

Fábio Baldin

Graduado em Tecnologia da Informação pela Anhanguera Educacional com MBA em Gestão de Negócios pela ESALQ-USP, Ele acumula 20 anos de experiência profissional em diferentes posições, incluindo desenvolvedor, líder técnico de equipes WEB e Mobile. Ele possui expertise em várias linguagens de programação, como NodeJs, Python e PHP, além de ter experiência com ferramentas como Moodle, CanvaLMS, Magento, CodeIgniter, MSSQL, MySQL e PostgreSQL, bem como em bancos de dados NoSQL, incluindo DynamoDB, ElasticSearch, MongoDB, Jira e JQL (Query Language) e também está familiarizado com o Azure DevOps. Fábio teve participação em projetos de engenharia de software em empresas globais e de grande porte, como Banco do Brasil, Itaútec, Instituto de Pesquisas Eldorado, NXP, Cognia/Kroton, CI&T, consultorias e startups.

Vinicius Cerebel

Profissional graduado em Tecnologia em Design Gráfico pelo UnicV - Centro Universitário Cidade Verde. Com sua formação acadêmica sólida, ele possui conhecimentos especializados em design e Filmaker Vinicius trabalha como criativo na agência Mira Interativa, onde demonstra ser um profissional dinâmico e atento às novas tendências tecnológicas, como Inteligência Artificial e social media.

Como criativo, Vinicius desempenha um papel essencial na concepção e execução de projetos de design para os clientes da agência. Ele utiliza suas habilidades criativas e conhecimentos técnicos para desenvolver soluções visualmente impactantes e alinhadas com as necessidades e objetivos dos clientes.

Dr. Valdir de Carvalho Campos

Advogado Graduado pela Unesp, profissional dedicado e comprometido com a prestação de serviços jurídicos de excelência. Com o registro na OAB/SP nº 307.828, ele oferece suporte legal abrangente, garantindo que todas as atividades estejam em conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis. Sua experiência e conhecimento em questões legais são um recurso valioso para a agência, ajudando a proteger seus interesses e garantir a conformidade legal em todas as suas operações.

09

Flavia Roberta Candido

Desempenha um papel vital como auxiliar administrativo, fornecendo suporte administrativo e organizacional para a empresa. Sua dedicação em assegurar uma comunicação eficiente, organizar eventos e documentos e fornecer apoio geral contribui para o sucesso e eficiência do escritório.

Em uma leitura breve, a empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, apresentou 7 (sete) profissionais. Porém, em dois desses profissionais, não foi apresentada

a “FORMAÇÃO”, do profissional. No caso, **Luis Antônio Tobias e Flávia Roberta Candido**, não foi apresentada a **FORMAÇÃO** dos profissionais.

A Subcomissão, muito provavelmente, se atentou a esse fato e atribuiu a nota como se o quesito foi cumprido parcialmente.

Porém, em uma nova leitura dos 7 (sete) currículos, não conseguimos identificar os responsáveis pelas áreas de:

- 1 – Estudo e Planejamento;
- 2 – Criação;
- 3 – Produção RTVCi – Rádio, TV, Cinema e Internet;
- 4 – Produção Gráfica;
- 5 – Mídia;
- 6 – Atendimento

Não é possível saber, qual profissional, ocupa qual área de atuação dentro da agência. Logo, o item não foi cumprido.

Ad argumentandum tantum, que a Subcomissão tenha tentado fazer uma dedução de qual profissional ocupa qual área, com base na descrição de suas experiências, **NÃO É POSSÍVEL LOCALIZAR** o profissional responsável pela **MÍDIA** e pela **PRODUÇÃO GRÁFICA**, com base nos descritivos. **NENHUM** dos profissionais indicados, possui na descrição de suas experiências, a atuação como **MÍDIA**, que é o profissional responsável pelos Planos de Mídia, análise de dados técnicos de mídia e compra dos espaços nos veículos de comunicação e pela produção gráfica, que cuida de toda parte de produção, impressão e acompanhamento dos materiais impressos.

Não é possível, agora, em eventuais contrarrazões, a licitante apresentar informações complementares ou complementar tal informação, pois o edital VEDA essa condução, vejamos:

21.7. (...), vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar no ato da abertura da sessão pública.

Ou seja, o Edital VEDA a inclusão de documentos e informações, que deveriam constar nos atos da abertura da sessão pública. Tais informações, deveriam estar registradas no caderno específico, no envelope 3 e não pode, agora, a licitante LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, em eventuais contrarrazões, querer complementar ou apresentar essas informações. As informações **NÃO FORAM** colocadas/apresentadas no momento correto e **NÃO** podem ser aceitas agora.

Além disso, ao deixar de apresentar os profissionais necessários a licitante deixou de cumprir o edital. Logo, ela deve ser DESCLASSIFICADA, por descumprir o item editalício ou ter sua nota grafada como ZERO, no inciso.

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

IV- DESCUMPRIMENTO DOS ITENS 9.4 e 9.5 DO EDITAL PELA EMPRESA LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE - ME

O edital, assim prevê em seus itens 9.4.e 9.5:

9.4. Será DESCLASSIFICADA a licitante que apresentar no envelope correspondente à via não identificada do Plano de Comunicação, ou no conteúdo do referido envelope, qualquer marca, sinal ou palavra que possibilite identificar a licitante, antes da abertura do Envelope nº 02.

9.5. Será DESCLASSIFICADA a licitante que apresentar no Envelope nº 03, por oposição no envelope ou por meio dos documentos nele contidos, qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura do Envelope nº 02.

A Lei Federal n. 12.232/2010 veio preencher uma lacuna nas contratações de agência de publicidade e propaganda pelos órgãos públicos, pois muitas vezes impunha-se aos participantes desse tipo de licitação um certame viciado e dirigido justamente pela completa ausência de motivação dos atos do julgamento, principalmente a proposta técnica, muitas vezes objeto de subjetivismos ilegais por parte da administração, que muitas vezes sequer detinha conhecimentos técnicos básicos da área para emitir uma análise correta e isenta.

A lei 12.232/10, editada como resposta ao chamado "Mensalão", tem por objeto regular as licitações públicas e os contratos administrativos relacionados ao serviço de publicidade governamental, seja ela institucional ou de utilidade pública.

Dentre as inovações trazidas à época pelo referido diploma normativo, tem-se a criação de comissão especializada para atuar como auxiliar da comissão processante do certame, comissão esta conhecida como subcomissão técnica e que tem por objetivo julgar as propostas técnicas apresentadas pelas agências de publicidade licitantes nos planos de comunicação publicitária apresentados. A subcomissão técnica foi pensada para trazer isonomia e imparcialidade ao certame por meio do julgamento das propostas técnicas de modo que não fosse possível a identificação do seu autor.

Com efeito, nos termos do art. 6º, IV, combinado com o art. 10, §1º, ambos da lei 12.232/101, os quesitos raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia - conforme incisos I a IV do art. 7º da lei 12.232/10 - deveriam ser apreciados pela subcomissão técnica "às cegas".

Isto é, quando do julgamento das propostas técnicas, os membros da subcomissão técnica não podem ter conhecimento da sua autoria, sob pena de acarretar a desclassificação da agência identificada ou até mesmo, a depender das circunstâncias, a anulação do certame.

Dada a sacralidade do procedimento, pode-se dizer, assim, que vigora nas licitações públicas de publicidade e propaganda o princípio do julgamento apócrifo.

Tal sistemática foi considerada tão relevante para o legislador que, no art. 12, a lei 12.232/10 traz sanções não somente para o certame, com a sua anulação, como também para as agentes públicos - apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil e criminal - na hipótese de descumprimento da regra de julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento da sua autoria pelos membros da subcomissão técnica, *in verbis*:

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4o do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

A força cogente de tal princípio no âmbito do processo licitatório traz implicações para todo o processo licitatório voltado à contratação do serviço de publicidade, seja em relação à necessidade de ausência de contato entre a subcomissão técnica e os licitantes, seja em relação à impossibilidade de participação dos seus membros na sessão de recebimento dos invólucros, seja em relação à consequência de eventual identificação das propostas dos licitantes, dentre outras, diversas são as consequências jurídicas da aplicação do princípio do julgamento apócrifo.

Além disso, o legislador foi sábio ao determinar no artigo 6, incisos XII e XIII da Lei Federal n. 12.232/2010:

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 aposição, 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;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8o desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2o do art. 9o desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

Vejamos, que o inciso XIV da Lei Federal n. 12.232/2010 é CRISTALINO, ao determinar que haja a desclassificação de QUALQUER licitante que apresente MARCA, SINAL, INFORMAÇÕES, ETIQUETAS OU QUALQUER OUTRO ELEMENTO, que possa identificar a autoria do plano de comunicação, antes da abertura do invólucro destinado a identificação da proposta.

No presente certame, apenas duas licitantes participaram da licitação. Apesar de ter observado o fato afrente relatado, na primeira sessão, visando o sigilo das propostas, o representante da ARKUS PROPAGANDA LTDA., não fez qualquer menção sobre o descumprimento da empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, aos itens edifícios, itens esses que identificam de forma clara a proposta.

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

O representante da ARKUS PROPAGANDA LTDA., não destacou os fatos na primeira sessão, pois com duas licitantes participando do certame. Se o representante da ARKUS PROPAGANDA LTDA., fizesse qualquer apontamento da proposta NÃO IDENTIFICADA de outro licitante, ele estaria identificando qual era a sua proposta e conseqüentemente, poderia ser desclassificado por se identificar. Por esse motivo, deixou para essa fase, as presentes alegações.

Vejam os trechos dos documentos colocados no caderno 1, da empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME:

FALANDO COM A POPULAÇÃO

Ao elaborar um Plano de Comunicação para a Câmara Municipal de Americana, devemos considerar todas as características e necessidades da comunidade. Com o avanço da tecnologia e o fácil acesso à informação, a sociedade tornou-se mais questionadora e participativa nas decisões políticas.

A campanha de comunicação deve incentivar o diálogo aberto entre o Poder Público e a população, utilizando uma linguagem moderna, direta e cativante. É importante investir tanto nos meios de comunicação tradicionais, quanto nos meios digitais.

O foco da campanha deve estar nas pessoas e em suas necessidades. É fundamental engajar diferentes grupos, classes e gêneros da sociedade, como mães, crianças, idosos, pais, adolescentes, homens e mulheres de todas as idades. As mensagens devem ser adaptadas para cada grupo, levando em consideração seus interesses, preocupações e desafios específicos.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal busca atender às expectativas dos cidadãos por transparência, eficiência e responsabilidade. Para isso, disponibilizaremos informações de maneira acessível e ágil por meio de canais digitais como site e rede social. Além disso, a Câmara utilizará uma variedade de canais de comunicação, como rádios, TV Câmara e jornais locais,

03

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Nesta apresentação, vamos discutir a estratégia de mídia e não mídia para a campanha da Câmara Municipal de Americana.

Jornal: A estratégia de utilizar jornais como meio de comunicação é eficaz para alcançar um público mais específico, como as classes A e B. Ao inserir anúncios e matérias nos jornais locais, transmitiremos nossa mensagem de forma abrangente, levando em consideração a circulação, popularidade e afinidade com nosso público-alvo. Os jornais oferecem credibilidade aos leitores, o que fortalece a transmissão de informações e promove a imagem responsável da Câmara Municipal de Americana. Utilizar jornais é uma maneira efetiva de atingir o público desejado e promover nossa mensagem com confiança.

IDEIA CRIATIVA, ITENS:

Banner para Site

Os banners para sites são uma ótima divulgação porque oferecem alta visibilidade, segmentação eficaz, atraem cliques, fornecem métricas de desempenho, são flexíveis e complementam outras estratégias de marketing utilizadas pela Câmara Municipal de Americana.

Peça para Rede Social

A divulgação em redes sociais é importante porque oferece um amplo alcance de audiência, permite segmentar o público-alvo, facilita o engajamento com os usuários, fornece insights valiosos, impulsiona o tráfego e conversões, possibilita o acompanhamento e análise de resultados, e tem um custo de entrada mais acessível. É uma estratégia essencial para manter uma presença online efetiva e próxima do cidadão americanense.

Vejamos, que a empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, em diversos trechos do seu plano de comunicação, apresentou TEXTOS em CAIXA ALTA, TEXTOS EM NEGRITO e ESPAÇAMENTO DUPLO ENTRE PARAGRAFOS.

Primeiramente, o item 10.2 do edital, determinada que os textos do plano de comunicação deveriam ser: com fonte ARIAL, Corpo 12, Entrelinha 1,5. Ao utilizar o espaçamento duplo entre parágrafos, a empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, descumpriu esse item do edital. Se não fosse apenas esse o problema, a empresa utilizou a formatação semelhante do seu plano de comunicação, nos elementos do invólucro 3. Procedimento esse VEDADO pela lei de regência e pelo próprio edital.

Vejamos agora, algumas partes do caderno 3 da licitante LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME:

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

A AGÊNCIA MIRA INTERATIVA

Com uma localização estratégica próxima ao centro da cidade de Limeira, a Agência Mira Interativa é uma empresa de comunicação e marketing que se destaca na próspera região do estado de São Paulo. Limeira é reconhecida por seu poder de empreendedorismo e inovação, como apontado em um estudo divulgado pela Escola Nacional de Administração Pública (Enap) em 2023.

Especializada em soluções criativas e inovadoras, a agência atende a uma diversidade de clientes na cidade e na região, oferecendo serviços de identidade visual, design gráfico, desenvolvimento de sites e aplicativos, marketing digital, gestão de redes sociais, produção de conteúdo e campanhas publicitárias.

CERTIFICAÇÃO

A Agência Mira Interativa é uma empresa certificada pelo Cenp - Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário, o que demonstra seu compromisso com a ética e a transparência em suas práticas publicitárias. Além disso, a agência é associada ao SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda, o que reforça sua credibilidade e adesão aos padrões e boas práticas da indústria da propaganda.

Essas certificações e associações são indicativos de que a Agência Mira Interativa atende aos padrões e regulamentos do mercado publicitário, garantindo aos seus clientes um serviço de qualidade, pautado na responsabilidade e na ética. Essas parcerias também possibilitam à agência o acesso a informações e recursos atualizados, o que contribui para o contínuo aprimoramento de suas estratégias e serviços oferecidos.

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Nossa sistemática é minuciosamente planejada para refletir nosso compromisso em oferecer serviços excepcionais a cada parceiro que escolhe confiar em nosso trabalho. Desde o primeiro contato, nossos clientes são recebidos com profissionalismo e cordialidade pela nossa equipe de atendimento. Valorizamos suas necessidades e objetivos únicos, dedicando tempo para ouvir atentamente cada demanda e criar abordagens personalizadas que garantam o sucesso do projeto.

Além disso, temos o orgulho de possuir certificação pelo Cenp e associação ao SINAPRO. Esses selos reconhecem nosso comprometimento com as melhores práticas do mercado, garantindo aos nossos clientes que estão trabalhando com uma agência de propaganda confiável e altamente qualificada.

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

MÍDIAS

Em estreita colaboração com nossos clientes para garantir a veiculação publicitária em veículos de comunicação mais relevantes para suas necessidades. Nossa equipe de planejamento de mídia conduz negociações com os veículos mais adequados, buscando as melhores oportunidades de inserções nos períodos mais estratégicos para o cliente. Nossa abordagem visa otimizar a exposição da campanha, garantindo que ela alcance o público-alvo de maneira eficaz e impactante. A parceria com veículos de qualidade e a expertise da equipe garantem resultados excepcionais para nossos clientes.

PRAZOS E CRONOGRAMA

priorizamos a flexibilidade e a personalização dos prazos para atender às necessidades específicas de cada campanha ou projeto avulso. Nossa equipe trabalha em estreita colaboração com o cliente para definir prazos realistas e alinhados com as exigências e complexidade da criação.



Agora, faremos uma pequena tabela comparativa, entre os documentos constantes no envelope n. 1 e no envelope n. 3:

ENVELOPE n. 01	ENVELOPE n. 03
<p>FALANDO COM A POPULAÇÃO</p> <p>Ao elaborar um Plano de Comunicação para a Câmara Municipal de Americana, devemos considerar todas as características e necessidades da comunidade. Com o avanço da tecnologia e o fácil acesso à informação, a sociedade tornou-se mais questionadora e participativa nas decisões políticas.</p> <p>A campanha de comunicação deve incentivar o diálogo aberto entre o Poder Público e a população, utilizando uma linguagem moderna, direta e cativante. É importante investir tanto nos meios de comunicação tradicionais, quanto nos meios digitais.</p> <p>O foco da campanha deve estar nas pessoas e em suas necessidades. É fundamental engajar diferentes grupos, classes e gêneros da sociedade, como mães, crianças, idosos, pais, adolescentes, homens e mulheres de todas as idades. As mensagens devem ser adaptadas para cada grupo, levando em consideração seus interesses, preocupações e desafios específicos.</p>	<p>SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO</p> <p>Nossa sistemática é minuciosamente planejada para refletir nosso compromisso em oferecer serviços excepcionais a cada parceiro que escolhe confiar em nosso trabalho. Desde o primeiro contato, nossos clientes são recebidos com profissionalismo e cordialidade pela nossa equipe de atendimento. Valorizamos suas necessidades e objetivos únicos, dedicando tempo para ouvir atentamente cada demanda e criar abordagens personalizadas que garantam o sucesso do projeto.</p> <p>Além disso, temos o orgulho de possuir certificação pelo Cenp e associação ao SINAPRO. Esses selos reconhecem nosso comprometimento com as melhores práticas do mercado, garantindo aos nossos clientes que estão trabalhando com uma agência de propaganda confiável e altamente qualificada.</p>
<p>IDEIA CRIATIVA, ITENS:</p> <p>Banner para Site</p> <p>Os banners para sites são uma ótima divulgação porque oferecem alta visibilidade, segmentação eficaz, atraem cliques, fornecem métricas de desempenho, são flexíveis e complementam outras estratégias de marketing utilizadas pela Câmara Municipal de Americana.</p> <p>Peça para Rede Social</p> <p>A divulgação em redes sociais é importante porque oferece um amplo alcance de audiência, permite segmentar o público-alvo, facilita o engajamento com os usuários, fornece insights valiosos, impulsiona o tráfego e conversões, possibilita o acompanhamento e análise de resultados, e tem um custo de entrada mais acessível. É uma estratégia essencial para manter uma presença online efetiva e próxima do cidadão americanense.</p>	<p>Fábio Baldin</p> <p>Graduado em Tecnologia da Informação pela Anhanguera Educacional com MBA em Gestão de Negócios pela ESALQ-USP. Ele acumula 20 anos de experiência profissional em diferentes posições, incluindo desenvolvedor, líder técnico de equipes WEB e Mobile. Ele possui expertise em várias linguagens de programação, como Node.js, Python e PHP, além de ter experiência com ferramentas como Moodle, CanvasLMS, Magento, CodeIgniter, MSSQL, MySQL e PostgreSQL, bem como em bancos de dados NoSQL, incluindo DynamoDB, Elasticsearch, MongoDB, Jira e JQL (Query Language) e também está familiarizado com o Azure DevOps. Fábio teve participação em projetos de engenharia de software em empresas globais e de grande porte, como Banco do Brasil, Itaútec, Instituto de Pesquisas Eldorado, NXP, CognalKroton, C&T, consultorias e startups.</p> <p>Vinicius Cerabel</p> <p>Profissional graduado em Tecnologia em Design Gráfico pelo UniCV - Centro Universitário Cidade Verde. Com sua formação acadêmica sólida, ele possui</p>



SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Em uma breve análise, do quadro acima é possível perceber que a empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, utilizou EXATAMENTE do mesmo padrão de formatação do seu PLANO DE COMUNICAÇÃO NÃO IDENTIFICADO para formatar seus documentos constantes no ENVELOPE 3.

Ao utilizar o mesmo padrão de formatação, a empresa IDENTIFICOU sua proposta, pois, apenas com duas licitantes. A ARKUS PROPAGANDA LTDA, seguiu EXATAMENTE o padrão de formatação exigido no edital para os documentos do envelope 1 e a outra licitante, apresentou uma formação idêntica no Envelope n. 1, no Envelope 3.

Tal situação é enquadrada no previsto como “qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;”, prevista na Lei Federal n. 12.232/10.

SE A FORMATAÇÃO DOS CADERNOS É IGUAL. É POSSÍVEL IDENTIFICAR A PROPOSTA. SE É POSSÍVEL IDENTIFICAR A PROPOSTA, ELA FERIU A LEI FEDERAL n. 12.232/10. SE ELA FERIU A LEI FEDERAL DE REGÊNCIA, ELA DEVE SER DESCLASSIFICADA, COM BASE NO INCISO XIV, QUE ASSIM FALA: “(...) será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório (...)”

A Lei deve ser cumprida, senhor presidente. Ela é para todos. Se houve descumprimento, a empresa deve ser DESCLASSIFICADA do certame, como previsto na Lei Federal e no edital do CERTAME!

V – DO DESCUMPRIMENTO DO INCISO 10.1.4.1, ALÍNEA B.1, DO EDITAL

Compulsando os documentos da Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária, da empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, foi identificado o descumprimento do INCISO 10.1.4.1, ALÍNEA B.1, do Edital, vejamos o item:

(...)

b.1) A licitante proponente poderá se valer de tabelas, gráficos, planilhas e quadro-resumo para identificar as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, considerando-se os valores de tabela dos órgãos de veiculação, sem descontos a serem eventualmente concedidos.

(...)

O edital é CRISTALINO, ao determinar que fossem utilizados os valores de tabela dos órgão de veiculação, SEM DESCONTOS A SEREM EVENTUALMENTE CONCEDIDOS.

Ocorre que a empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, utilizou valores divergentes das tabelas dos veículos de divulgação, em mais um descumprimento ao edital. Os preços apresentados como sendo da Tabela, das Rádio VOX FM 90 e da Rádio Notícias FM, não batem com os valores apresentados pelos veículos de comunicação em suas tabelas de preço/mídia kit.

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

PLANO DE RÁDIO (1 MÊS)																																			
ITEM:	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	INS	UNITÁRIO	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
Rádio: Vox 90FM Horário: 6h as 19h	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	60	R\$ 39,33	R\$ 2.360,00
Rádio Notícia FM Horário: 6h as 19h	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	60	R\$ 30,00	R\$ 3.780,00	
RESUMO: PLANO DE RÁDIO VEICULAÇÃO (VOX 90/NOTICIA FM)																														INS	120	TOTAL	R\$ 6.140,00		

PLANO DE JORNAL (1 MÊS)																																				
ITEM	PB / COR	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	INS	UNITÁRIO	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
Jornal O Liberal 1/4 página	COR																																	1	R\$ 7.259,00	R\$ 7.259,00
RESUMO: PLANO DE VEICULAÇÃO JORNAL (JORNAL O LIBERAL)																														INS	1	TOTAL	R\$ 7.259,00			

PLANO TOTAL DE COMUNICAÇÃO (1 MÊS)		
RESUMO: VEICULAÇÃO NO SITE DA CÂMARA MUNICIPAL DE AMERICANA	TOTAL	0%
RESUMO: VEICULAÇÃO NAS REDE SOCIAL DA CÂMARA MUNICIPAL DE AMERICANA	TOTAL	0%
RESUMO: VEICULAÇÃO NO YOUTUBE/REDES SOCIAIS/SITE - CÂMARA MUNICIPAL DE AMERICANA	TOTAL	0%
RESUMO: PLANO IMPULSIONAMENTO REDES SOCIAIS CÂMARA MUNICIPAL DE AMERICANA (INSTAGRAM/FACEBOOK/YOUTUBE)	TOTAL	R\$ 6.601,00 33%
RESUMO: PLANO DE RÁDIO VEICULAÇÃO (VOX 90/NOTICIA FM)	INS 120	TOTAL R\$ 6.140,00 30,7%
RESUMO: PLANO DE VEICULAÇÃO JORNAL (JORNAL O LIBERAL)	INS 1	TOTAL R\$ 7.259,00 36,3%
TOTAL		R\$ 20.000,00

Conforme a tabela de mídia, da empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, foram sugeridas no plano de comunicação, 60 inserções publicitárias, na Rádio Vox 90 FM, por um custo unitário de R\$ 39,33 (trinta e nove reais e trinta e três centavos), totalizando R\$ 2.360,00 (dois mil, trezentos e sessenta reais), além disso, 60 inserções publicitárias, na Rádio Notícia FM, por um custo unitário de R\$ 30,00 (trinta reais), totalizando R\$ 3.780,00 (três mil, setecentos e oitenta reais).

Preliminarmente, a somatória apresenta pela empresa não bate. Vejamos a tabela abaixo:

Rádio VOX 90 FM | Custo Unitário: R\$ 39,33 | 60 x R\$ 39,33 = R\$ 2.359,80

Rádio Notícia FM | Custo Unitário: R\$ 30,00 | 60 x R\$ 30,00 = R\$ 1.800,00

Dessa forma, temos informações apresentadas pela licitante LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, que não condizem com a verdade. Porém, se fosse apenas um erro de somatória, a situação “até” poderia ser contornada. Porém, os valores das inserções unitárias apresentadas pela empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, não condizem com a verdade e NÃO batem com os valores apresentados no Mídia Kit dos Veículos de Comunicação.

Abaixo, apresentando um destaque do mídia kit da Rádio VOX 90 FM:

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
 ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
 DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
 14 2104.4949 | www.arkus.com.br

TABELA DE PREÇOS

HORÁRIO INDETERMINADO

INSERÇÃO - 30"	R\$ 1.180,00
INSERÇÃO - 5"	R\$ 354,17
INSERÇÃO - 15"	R\$ 708,34
INSERÇÃO - 45"	R\$ 1.770,85
INSERÇÃO - 60"	R\$ 2.360,00

CONDIÇÕES GERAIS

- Horário determinado = acréscimo de 40%.
- Para comerciais determinados, reservamo-nos o direito de executá-los com uma tolerância de 15 minutos para mais (+) ou menos (-).
- Anúncios sem fundo musical - acréscimo de 200%.
- Condições de pagamento: 5 (cinco) dias após o término da veiculação.
- Padrão: A VOX90 se reserva do direito de não irradiar comerciais que estejam fora do padrão de qualidade exigido.
- Validade da Tabela: Janeiro a Dezembro de 2023.



Nobre Julgador, como a LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, não informou de quanto tempo é o spot comprado, NEM que seja utilizado como referência o menor valor constante na tabela de preços, que é da INSERÇÃO DE 5 SEGUNDOS, os valores apresentados são muito distantes do realmente apresentado na proposta técnica.

Se considerando que o edital exigiu o roteiro para Spot de 30", podemos considerar que a licitante explorou no plano de mídia, inserções de 30". Logo, pela tabela de preços, o custo unitário das inserções seria de R\$ 1.180,00 (hum mil, cento e oitenta reais). Valor esse muito distante do valor apresentado pela LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, no seu plano de comunicação.

Considerando as 60 inserções propostas pela licitante no plano de mídia, o custo correto das totalidade das inserções, seria de R\$ 70.800,00 (setenta mil e oitocentos reais), apenas na Rádio VOX 90 FM.

Agora, vejamos na Rádio Notícia FM, o que está previsto de valores em seu Mídia Kit:

TABELA INSERÇÕES SPOT/ TESTEMUNHAL			
SPOT	NOTÍCIA 88.9 FM		
	ROTATIVO I	ROTATIVO II	DETERMINADO
SPOT 15"	R\$ 439,90	R\$ 331,25	R\$ 527,88
SPOT 30"	R\$ 879,80	R\$ 662,50	R\$ 1.055,76
SPOT 45"	R\$ 1.319,70	R\$ 993,75	R\$ 1.583,64
SPOT 60"	R\$ 1.759,60	R\$ 1.325,00	R\$ 2.111,52
TESTEMUNHAL			
TESTEMUNHAL 30"	R\$ 1.759,60		
TESTEMUNHAL 60"	R\$ 2.639,40		

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Se considerando que o edital exigiu o roteiro para Spot de 30”, podemos considerar que a licitante explorou no plano de mídia, inserções de 30”. Logo, pela tabela de preços, o custo unitário mais barato do mídia kit, seria de R\$ 662,50 (seiscentos e sessenta e dois reais e cinquenta centavos), por inserção. Valor esse muito distante do valor apresentado pela LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, no seu plano de comunicação.

Considerando as 60 inserções propostas pela licitante no plano de mídia, o custo correto das totalidade das inserções, seria de R\$ 39.750,00 (trinta e nove mil, setecentos e cinquenta reais), apenas na Rádio Notícias FM.

Se somarmos, o custo REAL, das inserções de Rádio, que deveria ter sido apresentado pela licitante no seu plano de comunicação, apenas no ITEM RÁDIO, teríamos um custo de R\$ 110.550,00.

Se fizermos uma nova soma no valor total investido pela LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, temos que o valor total gasto com o plano seria de R\$ 124.410,00 (cento e vinte e quatro mil, quatrocentos e dez reais).

Considerando isso, a licitante estourou o limite de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), proposto no edital. Logo, temos mais um elemento que configura em item desclassificatório da licitante. Ao não utilizar as tabelas de mídia para compor seu plano de comunicação, a licitante descumpriu o edital e com isso, deve ser desclassificada ou pelo menos ter suas notas REDUZIDAS no plano de mídia.

V – DOS PEDIDOS

Dessa forma, requisitamos presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**, seja conhecido, pois é tempestivo, e em seu mérito seja julgado **TOTALMENTE PROCEDENTE**, para **DESCCLASSIFICAR** a empresa LUIS ANTONIO TOBIAS PUBLICIDADE – ME, por descumprimento dos itens do edital e da Lei Federal n. 12.232/2010, pois a mesma identificou sua proposta técnica não identificada, antes da abertura do invólucro destinado para esse fim, bem como descumpriu diversos outros itens do edital, que foram exaustivamente apresentados neste recurso.

Requer ainda, que o presente recurso seja apreciado e encaminhado para a Autoridade Superior para decisão final

Jaú/SP, 18 de Agosto de 2023.

(Assinado Digitalmente com Certificado Digital)

MARIA FERNANDA GREGIO RONCHESSEL

ARKUS PROPAGANDA LTDA

CNPJ/MF 20.491.368/0001-07

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

ANEXOS AO RECURSO ADMINISTRATIVO

- Mídia Kit da Rádio VOX 90 FM

- Mídia Kit da Rádio Notícia FM

arkus.

SP | Avenida Isaltino do Amaral Carvalho, 1.935 – Sala A e B – Chácara Bela Vista – Jaú/SP – CEP 17209-010
ES | Avenida Nossa Senhora da Penha, 2.796 – Sala 804 – Santa Luíza – Vitória/ES – CEP 29045-402
DF | Rua Copaíba, Lote 01 – Norte – Águas Claras – Sala 1015 – Parte 34 – Brasília/DF – CEP 71919-540
14 2104.4949 | www.arkus.com.br

2023



Apresentação **COMERCIAL**

Notícia FM
A sua melhor
companhia!

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchese!
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchese!
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.



Somos a rádio mais potente da Região Metropolitana de Campinas. Desde 1981 temos a missão de levar ao ouvinte entretenimento e informação com rapidez e eficiência. Promover o desenvolvimento através de uma programação imparcial e sadia. Atualmente em multiplataformas e em plena expansão somos o meio mais confiável para estabelecer a comunicação entre autoridades, anunciantes e ouvintes, proporcionando benefício e crescimento para ambos.

Notícia, a sua melhor companhia!





No ar desde 1981, o Jornal da Notícia FM é referência na divulgação ágil de notícias que une ousadia, inovação e credibilidade. Multiplataformas, as notícias são atualizadas a todo momento por meio de nossos canais digitais. De segunda a sábado, das 6h as 7h50.



Tudo sobre todos os esportes. O Placar 88 é um programa de debates e entrevistas com participação ao vivo de repórteres, atletas, técnicos, comentaristas e participação de ouvintes. É abordado todas as modalidades de esportes, informações e histórias. Cobertura de campeonatos, com transmissões ao vivo dos jogos. De segunda a sexta, das 20h às 21h.



O MEGA SHOW da Notícia reúne milhares de fãs de toda a região de Campinas. São 12 horas de música, shows e atrações diversas, animado pelos locutores da nossa Notícia FM. O evento também arrecada toneladas de alimentos que são entregues às casas de assistências. O MEGA SHOW acontece anualmente e conta com ampla estrutura, pista semicoberta, e setores de camarotes.



AUDIÊNCIA MÁXIMA DE OUVINTES

HORA X HORA | AMBOS SEXOS | TODOS OS DIAS | 7H ÀS 19H | AMERICANA E REGIÃO



NOTÍCIA FM | 8601

2º EMISSORA | 3882

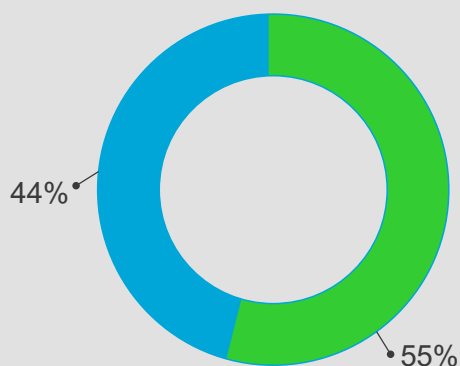
■ ARE - WEB-NOTICIA FM 88.9 - WEB
■ ARE - WEB-*NÃO ASSINANTE-VOX 90 FM - WEB

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | Americana e Região | 06/03/2023 A 13/03/2023 | WEB-NOTICIA FM 88.9 - WEB
| WEB-*NÃO ASSINANTE-VOX 90 FM - WEB | AMBOS | 05-05 | 2a-Dom | ALCM#

PERFIL DE AUDIÊNCIA

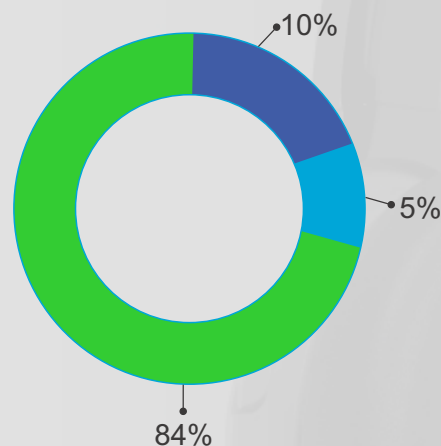
TODOS OS DIAS - 7h ÀS 19h | TODOS OS LOCAIS | TODOS OS EQUIPAMENTOS | AMERICANA E REGIÃO

SEXO



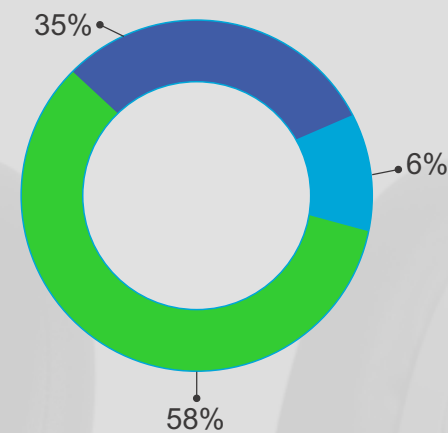
■ MASCULINO
■ FEMININO

IDADE



■ 25 + ANOS
■ 10 / 17 ANOS
■ 18 / 24 ANOS

CLASSE SOCIAL



■ C
■ DE
■ AB

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | Americana e Região | 06/03/2023 A 13/03/2023 | NOTICIA FM 88.9 FM/WEB | AMBOS | MAS | FEM | CLA AB | CLA C | CLA DE | 10/17 | 18/24 | ARE-25 E+ | 06-19 | Seg-Sab | T.LOCAIS | T.EQUIPAMENTOS | PS%

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

**LIGOU, VIROU
NOTÍCIA!**

**POR QUE
ANUNCIAR AQUI?**

69.841

COBERTURA DIÁRIA

206.631

OUVINTES DIFERENTES

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | Americana e Região | 06/03/2023 A 13/03/2023 | NOTICIA FM 88.9 FM/WEB
| AMBOS | 06-19 | 2a-Dom | T.LOCAIS | T.EQUIPAMENTOS | COBDIA# | SALCM#

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.



Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.



NOTÍCIA 889 FM

OUÇA A NOSSA NOTÍCIA DE QUALQUER LUGAR DO MUNDO!

BAIXE NOSSO APP:

CLIQUE NO ÍCONE OU APONTE SUA
CÂMERA PARA O QR CODE



APP STORE



PLAY STORE

PROGRAMAS	HORÁRIOS		APRESENTADOR (A)
-----------	----------	--	------------------



SEG A SEX
04:00 ÀS 06:00

Músicas sertanejas variadas, do clássico ao universitário. Às 5h30 uma mensagem de motivação e amor de Edécio Antônio.

EDÉLCIO ANTONIO



SEG A SEX
06:00 ÀS 07:50

Notícias regionais, nacionais e internacionais. Entrevistas ao vivo, além de quadros informativos produzidos pelos repórteres da emissora.

EDMILSON BARBOSA, JOSÉ CARLOS NAVES E CLÓVIS MAGALHÃES



SEG A SEX
08:00 ÀS 10:00

Proporciona manhãs mais alegres com as melhores músicas para começar bem o dia.

JERRI PAVIOTTI



SEG A SEX
10:00 ÀS 12:00

Música, animação e entretenimento! Sempre uma enquete para interagir com o ouvinte de forma criativa e divertida.

JERRI PAVIOTTI



SEG A SEX
12:00 ÀS 13:00

Um programa para recordar momentos. Quem faz a programação é o ouvinte Notícia com as músicas que marcaram sua vida.

PRISCILA MÜLLER



SEG A SEX
13:00 ÀS 16:00

Tarde gostosa e animada com as músicas que a galera mais curte.

PRISCILA MÜLLER



SEG A SEX
16:00 ÀS 19:00

Músicas, informação e enquetes alegrando e interagindo com a participação do ouvinte Notícia.

ANDRÉ LIMA



SEG A SEX
19:00 ÀS 20:00

Gosta de sertanejo? O Comitativa Notícia é o seu lugar. Dos clássicos mais antigos aos lançamentos que são sucesso nas plataformas de streaming.

ANDRÉ LIMA



SEG A SEX
20:00 ÀS 21:00

Tudo sobre todos os esportes! Informações, novidades e aquela resenha boa sobre esportes. Além, de entrevistas com os grandes nomes do mundo esportivo.

LÉO CARIGO E LEANDRO BOLLIS



SEG A SEX
22:00 ÀS 00:00

Recorde momentos, reviva histórias através de músicas que marcaram época.

ANA MARTINS

PROGRAMAS	HORÁRIOS		APRESENTADOR (A)
	SÁBADO 04:00 ÀS 06:00	Músicas sertanejas variadas, do clássico ao universitário. As 5h30 uma mensagem de motivação e amor para inspirar o início do dia.	EDÉLCIO ANTONIO
	SÁBADO 06:00 ÀS 07:50	Notícias regionais, nacionais e internacionais. Entrevistas ao vivo, além de quadros informativos produzidos pelos repórteres da emissora.	EDMILSON BARBOSA, JOSÉ CARLOS NAVES E CLÓVIS MAGALHÃES
	SÁBADO 08:00 ÀS 10:00	Proporciona manhãs mais alegres com as melhores músicas para começar bem o dia.	
	SÁBADO 10:00 ÀS 12:00	Quem comanda a programação é o ouvinte Notícia, que manda sua mensagem de texto ou áudio pedindo sua música preferida e a gente toca!	
	SÁBADO 13:00 ÀS 14:00	Fique por dentro de tudo que rola nas plataformas digitais, os sucessos e as mais ouvidas da internet.	
	SÁBADO 17:00 ÀS 19:00	Tarde gostosa e animada com as músicas que a galera mais curte.	
	SÁBADO 19:00 ÀS 21:00	120 minutos direto de música sem intervalo. É pra curtir muito!	
	SÁBADO 21:00 ÀS 22:00	O programa perfeito para lembrar os maiores sucessos nacionais e internacionais de todos os tempos.	JERRI PAVIOTTI
	SÁBADO 22:00 ÀS 00:00	Sábado é dia de festa, animação e curtidão juntinho da número 1 em Americana e região!	

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel. Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC

PROGRAMAS HORÁRIOS APRESENTADOR (A)**DOMINGO**
06:00 ÀS 08:00

Músicas sertanejas variadas, do clássico ao universitário.

CLÓVIS MAGALHÃES**DOMINGO**
08:00 ÀS 11:00

O programa que anima suas manhãs de domingo, trazendo o rodeio para o rádio. Muito modão, prosa boa e entrevistas ao vivo.

JORGE MOISÉS
COM SONOPLASTIA DE DJ FERREIRINHA**DOMINGO**
12:00 ÀS 14:00

As melhores do samba e pagode você ouve aqui!

**DOMINGO**
14:00 ÀS 16:00

120 minutos de música sem intervalo.

**DOMINGO**
21:00 ÀS 22:00

O programa predileto para relembrar os maiores sucessos nacionais e internacionais de todos os tempos.

JERRI PAVIOTTI



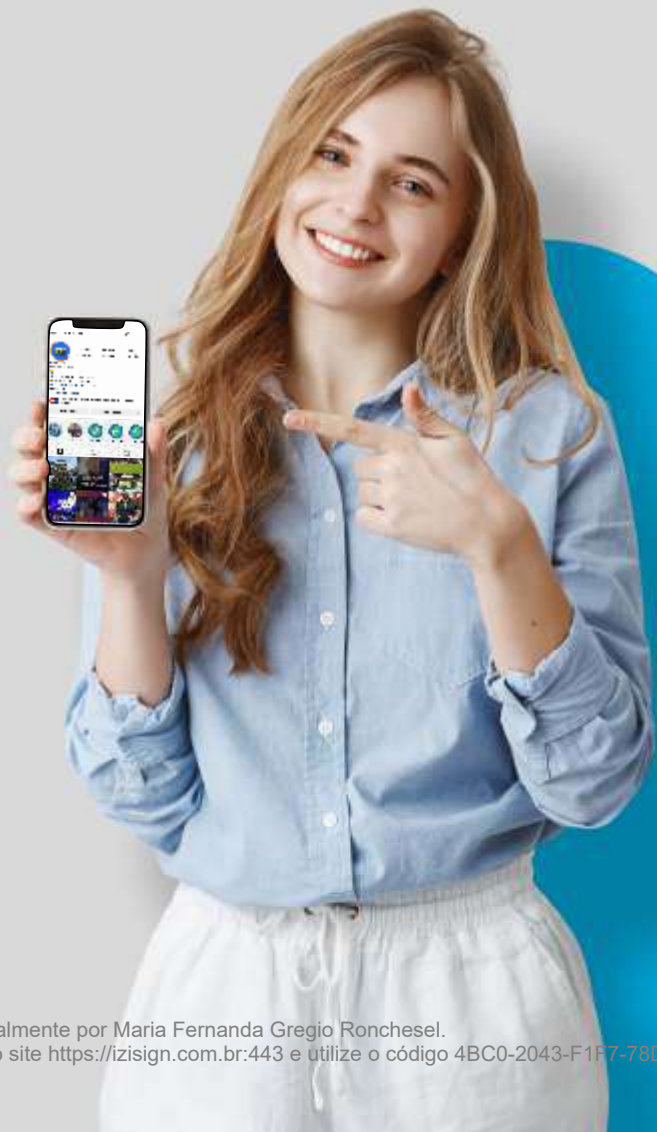
PEDÁGIO 88

NOTÍCIA 88.9 FM

Se o seu grande objetivo é fazer com que os seus clientes se tornem fãs dos seus produtos e/ou serviços, o Pedágio 88 é uma excelente oportunidade. É uma estratégia eficaz para aproximar a audiência das marcas que integram o conteúdo comercial da Notícia FM. A interação acontece ao vivo na programação no rádio e nas redes sociais da emissora.



AUDIÊNCIA REDES SOCIAIS



**171 MIL
CURTIDAS**

**195 MIL
SEGUIDORES**

**53 MIL
SEGUIDORES**

**3 MIL
INSCRITOS**



NOTÍCIA FM NA PALMA DA SUA MÃO!



Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

JORNAL IMPRESSO

NOTÍCIA
889
FM

SOU
NO
NOTÍ
CIA



Formato:

Tablóide (31x27,5 cm)
12 páginas (4 folhas)
Papel Jornal
10 mil exemplares

Cadernos

- Mundo
- Ciência e Tecnologia
- Cidades
- Economia
- Esporte
- Cultura
- Política
- Social

TABELA INSERÇÕES SPOT/ TESTEMUNHAL



SPOT

	ROTATIVO I	ROTATIVO II	DETERMINADO
SPOT 15"	R\$ 439,90	R\$ 331,25	R\$ 527,88
SPOT 30"	R\$ 879,80	R\$ 662,50	R\$ 1.055,76
SPOT 45"	R\$ 1.319,70	R\$ 993,75	R\$ 1.583,64
SPOT 60"	R\$ 1.759,60	R\$ 1.325,00	R\$ 2.111,52

TESTEMUNHAL

TESTEMUNHAL 30"	R\$ 1.759,60
TESTEMUNHAL 60"	R\$ 2.639,40

TABELA PEDÁGIO 88



PERÍODO	EQUIPE	ENTREGA	INVESTIMENTO
1 HORA	1 Locutor(a) + 2 promotoras (es) + Wind Banners + Pórtico/ totem Inflável	Durante a ação: 3 Flashes ao vivo de 60" Mídia de apoio: Postagem de fotos e vídeos alusivos à ação (story) Reels (feed)	R\$ 2.500,00
2 HORAS	1 Locutor (a) + 2 promotoras (es) + Wind Banners + Pórtico/ totem Inflável	Durante a ação: 3 Flashes ao vivo de 60" Mídia de apoio: Postagem de fotos e vídeos alusivos à ação (story) Reels (feed)	R\$ 4.500,00

*Adaptações/solicitações e mais informações consultar Executivo de Vendas.

TABELA REDES SOCIAIS

VEICULAÇÃO/PRODUÇÃO CONTEÚDO



PLATAFORMA	FORMATO	PERIODICIDADE	INVESTIMENTO
STORY	1080X1920	UNITÁRIO	R\$ 500,00
STORY PUBLICITÁRIO	1080X1920	UNITÁRIO	R\$ 800,00

PRODUÇÃO CONTEÚDO

PLATAFORMA	FORMATO	PERIODICIDADE	INVESTIMENTO
REELS	1080X1920	UNITÁRIO	R\$ 1.200,00

PORTAL NOTÍCIA FM

PLATAFORMA	FORMATO	PERIODICIDADE	INVESTIMENTO
BANNER SITE	970X250	MENSAL	R\$ 2.000,00
BANNER SITE	300X250	MENSAL	R\$ 1.000,00
BANNER SITE	300X600	MENSAL	R\$ 1.500,00

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

*Adaptações/solicitações e mais informações consultar Executivo de Vendas.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

TABELA SOU NOTÍCIA



FORMATO	LAR. cm	ALT.	PB	COR
1 PÁGINA	31	28	R\$ 5.750,00	R\$ 8.625,00
1/2 PÁGINA	31	14	R\$ 2.750,00	R\$ 4.125,00
TORRE	9,94	28	R\$ 2.184,00	R\$ 3.276,00
1/2 TORRE	9,94	14	R\$ 1.092,00	R\$ 1.638,00
RODAPÉ	31	7	R\$ 1.365,00	R\$ 2.047,00
MÓDULO 1	4,76	7	R\$ 350,00	R\$ 525,00
MÓDULO 2	9,94	7	R\$ 550,00	R\$ 825,00
MÓDULO 3	15,13	7	R\$ 750,00	R\$ 1.125,00

DETERMINADO

ACRÉSCIMO DE 30%

PERIODICIDADE

SEMANAL

PUBLIEDITORIAL

CONTEÚDO PATROCINADO

Sob consulta

INFORME PUBLICITÁRIO

Sob consulta

ENCARTE

LÂMINAS

Até 2 lâminas

3 a 8 lâminas

Acima de 9

INVESTIMENTO

R\$ 120,00 / milheiro

R\$ 300,00 / milheiro

Sob consulta

ENVIO DE MATERIAL

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.

Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br> | E-mail: comercial@noticiafm.com.br | opez@noticiafm.com.br

VIRE NOTÍCIA!



A sua melhor companhia!

CON TATO

🌐 www.noticiafm.com.br

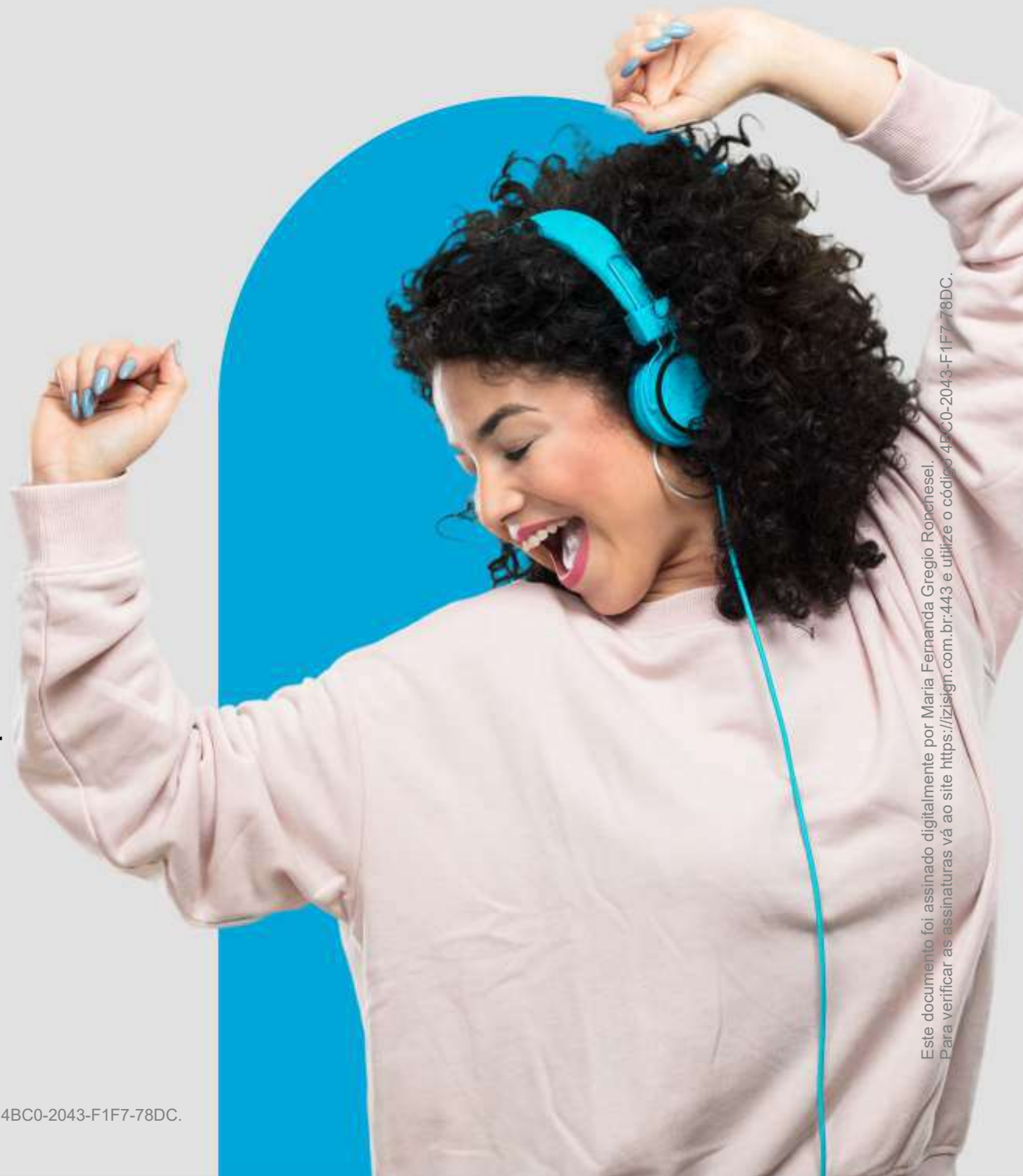
☎ +55 (19) 3408-8088

✉ E-mail: comercial@noticiafm.com.br

📍 Rua Rui Barbosa, 474 - Centro
13465-280 – Americana/SP

NOTÍCIA 889
FM

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.



Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesei.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

QUEM
ANUNCIA
NA **VOX**

**VENDE
MAIS!**

VOX
90.3 FM

MÍDIA KIT 2023

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

1º LUGAR

EM AUDIÊNCIA - FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA



EMISSORA B



EMISSORA C



AMERICANA É VOX90
O DOBRO EM AUDIÊNCIA!

SEG A SEX - 06H ÀS 19H

+ DE 1,2
MILHÕES
DE ALCANCE
SEMANAL

Fonte: Kantar IBOPE Média | Pesquisa Audiência Rádio | Região de Americana (composta por Americana, Hortolândia, Nova Odessa, Santa Barbara D'Oeste e Sumaré) | Easy Média 4 | De 28 de SET a 05 de OUT 2020 | Dados referentes à Americana | Frequência FM | Total indivíduos | Seg. à Sex. | 06h às 19h | Audiência

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

VOX
90^{FM}**.3**

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

PERFIL DE AUDIÊNCIA - VOX90

**KANTAR
IBOPE
MEDIA**

AMERICANA E REGIAO	
ARE - 28/09/2020 A 05/10/2020	
06-19	
SEGUNDA A SEXTA	
Público	PS%
CLASSE	
ARE - CLASSE AB	38,80
ARE - CLASSE C	57,03
ARE - CLASSE DE	4,16
IDADE	
ARE - IDADE 10/14	4,22
ARE - IDADE 15/19	12,28
ARE - IDADE 20/24	7,81
ARE - IDADE 25/29	16,35
ARE - IDADE 30/34	12,43
ARE - IDADE 35/39	20,67
ARE - IDADE 40/49	12,72
ARE - IDADE 50/59	11,35
ARE - IDADE 60+	2,16

**VOX90
A MAIOR
COBERTURA DIÁRIA
DE AMERICANA
E REGIÃO.**

**COBERTURA
DIÁRIA**

64.934

**ALCANCE
MÁXIMO**

174.003

Fonte: Kantar IBOPE Media | Pesquisa Audiência Rádio | Região de Americana (composta por Americana, Hortolândia, Nova Odessa, Santa Barbara D'Oeste e Sumaré) | Easy Media 4 | De 28 de SET a 05 de OUT 2020 | Dados referentes à Americana e região | Frequência FM | Total indivíduos | Todos os dias | 06h às 19h | Alcance cobertura diária, alcance máximo.

Fonte: Kantar IBOPE Media | Pesquisa Audiência Rádio | Região de Americana (composta por Americana, Hortolândia, Nova Odessa, Santa Barbara D'Oeste e Sumaré) | Easy Media 4 | De 28 de SET a 05 de OUT 2020 | Dados referentes à Americana e região | Frequência FM | Total indivíduos | Seg. à Sex. | 06h às 19h | Part. no segmento%

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

**VOX
90^{FM}.3**

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

VOX90.3^{FM}[®]

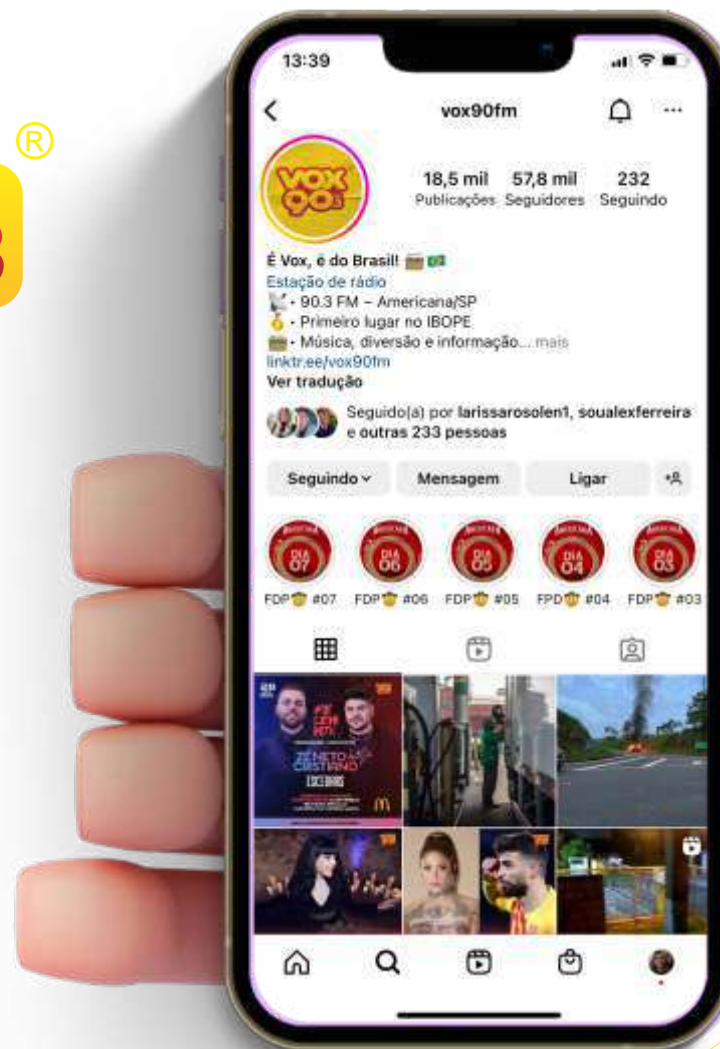
DIGITAL

+ 3,5 MILHÕES DE IMPRESSÕES POR MÊS!

As nossas ações nas redes sociais e participações nas plataformas da Vox90 são demais! Conteúdos especiais, informações e muitas promoções!

**+ de 3,5 milhões de impressões por mês no instaVox
+ de 1,2 milhões de cliques únicos no APP Vox
+ de 300 mil participações nas plataformas digitais Vox90**

Conheça os planos de ações do Digital Vox90 e conecte sua marca com a Vox90!



PROGRAMAÇÃO

Segmento: Popular - Hits

SEGUNDA A SEXTA

01H00 - 04H00	PROGRAMAÇÃO D+
04H00 - 06H29	VOX BRASIL
06H30 - 07H14	VOX NEWS
07H15 - 09H59	BOM DIA VOX
10H00 - 10H59	WHATS VOX
11H00 - 11H29	VOX PLAY
11H55 - 11H59	10 PONTOS
12H00 - 13H59	SHOW DA TARDE
14H00 - 16H59	TÁ DEMAIS/RAPIDINHA VOX
14H00 - 14H29	VOX PLAY
17H00 - 17H59	PROGRAMAÇÃO D+
18H00 - 18H59	VOX HITS
19H00 - 19H59	SERTÃO VOX90
20H00 - 20H59	LIGUE VOX
21H00 - 21H59	APP VOX ONLINE
22H00 - 00H59	VOX MIX

SÁBADO

00H00 - 03H59	PROGRAMAÇÃO D+
04H00 - 06H59	VOX BRASIL
07H00 - 10H59	SABADOU
11H00 - 11H50	PROGRAMAÇÃO D+
11H50 - 11H59	10 PONTOS
12H00 - 14H59	AIÔ GALERA
15H00 - 17H29	VOX MIX
17H30 - 17H59	VOX PLAY
18H00 - 18H59	VOX HITS
19H00 - 19H59	SERTÃO VOX90
20H00 - 20H59	PROGRAMAÇÃO D+
21H00 - 23H59	FESTA DA VOX

DOMINGO

00H00 - 03H59	PROGRAMAÇÃO VOX90
04H00 - 06H59	CLÁSSICOS SERTANEJOS
07H00 - 09H59	PARADÃO SERTANEJO
10H00 - 11H59	LIGUE VOX
12H00 - 14H59	VOX HITS DA SEMANA
15H00 - 17H59	AIÔ GALERA
18H00 - 20H59	FESTA DA VOX
21H00 - 23H59	PROGRAMAÇÃO D+

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

 A FAVORITA

 VOX
90.3
FM

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

CONTEÚDOS D+



Os ouvintes da VOX 90 começam seus dias bem mais informados. Vox News - As notícias de Brasília, tudo sobre o esporte nacional e internacional, informações locais e regionais, previsão do tempo e os boletins das estradas. De segunda à sexta, das 06h30 às 07h15.



Durante toda nossa programação, temos flashes ao vivo, de hora em hora, dos nossos estúdios e das ruas da cidade, com os fatos relevantes de Americana, da região, do Brasil e do mundo. VOX INFORMAÇÃO, a informação na hora que acontece, das 6h às 19h, com os jornalistas Ju Jensen e Keller Stocco.



A Vox90 liga para o ouvinte e ele fatura prêmios! Durante a programação da vox90 tem Me liga Vox, o ouvinte anota a palavra e se acertar fatura Prêmios na hora.



No ar desde 1994, sob comando e apresentação do jornalista Ju Jensen, o 10 Pontos é um programa de informações esportivas, tradicionalmente apresentado às 11h55, de segunda a sábado. O programa é um resumo dos principais acontecimentos esportivos de Americana, da região, do Brasil e do mundo, de forma breve e prática.

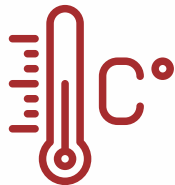


Conteúdo com novidades da cidade e fofocas dos artistas! Nas tardes da Vox de segunda a sexta, o Rapidinha VOX tem quadro especial com o ALESSAN, no TÁ D+ das 14h às 17h. Na sintonia 90.3 e nas redes sociais da VOX, o Rapidinha vem com muita informação, novidades, participações dos ouvintes e coberturas especiais dos principais acontecimentos da cidade!

CONTEÚDOS D+

VOX PLAY

VOX PLAY, programa especial para agradar o ouvinte VOX, tocando 30 minutos de músicas direto sem intervalo comercial, um programa totalmente personalizado durante a programação, chamando a atenção em seu formato único e exclusivo. 3 edições na programação VOX - 11H/ 15H/ 17H30



TEMPERATURA

O comunicador informará a temperatura em seis edições diárias, de segunda à Sexta.

MOTIVACIONAL VOX

As manhãs da Vox90, sempre tem uma mensagem que motiva o seu dia! Motivacional Vox90, mensagens positivas para um dia melhor! Segunda a sexta as 7H40 no Bom dia Vox. Motivacional da semana, no face e insta Vox, toda Segunda!



HORA CERTA

O comunicador informará a hora certa em seis edições diárias, de segunda à Sexta.

PEDÁGIO D+

A Vox90 é a rádio sintonizada e conectada o tempo todo com os melhores ouvintes!

Ação exclusiva com envolvimento especial.

No rádio o maior alcance da região metropolitana de Campinas.

Nas plataformas digitais da Vox90, + de 3,5 Milhões de impressões por mês!

No Pedágio D+ Vox90, a sua ação tem mais impacto com credibilidade.

2 horas de ação:

- 1 Viatura de promoção personalizada e equipada com som.

- 1 Blimp e Wind banner

- 2 Promotoras

- 1 Locutor

- 5 Links ao vivo de 60"

- Prêmios e brindes fornecidos pelo cliente, para maior envolvimento da ação

No insta e face Vox:

- 1 Mídia Social

- 2 Feeds

- 2 Laminas de story, com 4 telas

- Reels de 30"

Agende o seu Pedágio D+!

investimento: 21.250,00



Pedágio D+ VOX90

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

É VOX, É DEMAIS

**VOX
90^{FM}.3**

TABELA DE PREÇOS

HORÁRIO INDETERMINADO

INSERÇÃO - 30"	R\$ 1.180,00
INSERÇÃO - 5"	R\$ 354,17
INSERÇÃO - 15"	R\$ 708,34
INSERÇÃO - 45"	R\$ 1.770,85
INSERÇÃO - 60"	R\$ 2.360,00

CONDIÇÕES GERAIS

- Horário determinado = acréscimo de 40%.
- Para comerciais determinados, reservamo-nos o direito de executá-los com uma tolerância de 15 minutos para mais (+) ou menos (-).
- Anúncios sem fundo musical - acréscimo de 200%.
- Condições de pagamento: 5 (cinco) dias após o término da veiculação.
- Padrão: A VOX90 se reserva do direito de não irradiar comerciais que estejam fora do padrão de qualidade exigido.
- Validade da Tabela: Janeiro a Dezembro de 2023.

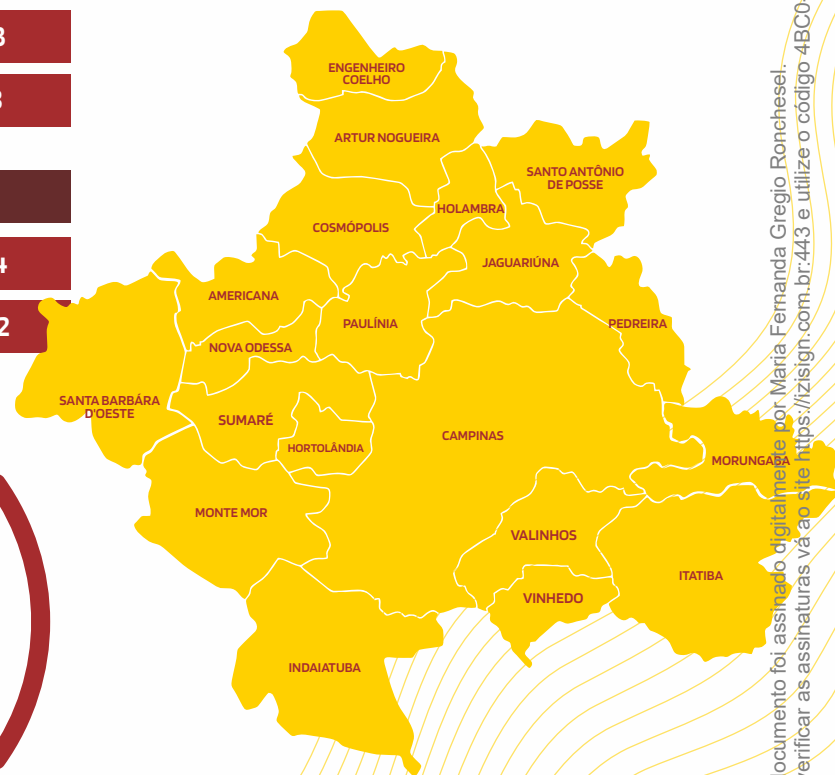
ÁREA DE COBERTURA

RMC - REGIÃO METROPOLITANA DE CAMPINAS - SP

+ DE 1,2 MILHÕES
DE ALCANCE SEMANAL

CIDADE	POPULAÇÃO
AMERICANA	239.597
SANTA BARBÁRA D'OESTE	193.475
NOVA ODESSA	60.174
SUMARÉ	282.441
HORTOLÂNDIA	230.851
PAULÍNIA	109.424
COSMÓPOLIS	72.252
ARTUR NOGUEIRA	54.408
CAMPINAS	1.204.073
ITATIBA	120.858
JAGUARIÚNA	57.488
MONTE MOR	59.772
MORUNGABA	13.622
ENGENHEIRO COELHO	20.773
HOLAMBRA	14.930

CIDADE	POPULAÇÃO
PEDREIRA	47.919
SANTO ANTÔNIO DE POSSE	23.310
INDAIATUBA	251.627
VALINHOS	129.193
VINHEDO	78.728
+ CIDADES DA REGIÃO	
LIMEIRA	306.114
PIRACICABA	404.142



Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

VOX
90.3 FM
É VOX, É DEMAIS

RÁDIO ALCANÇA 83% DOS BRASILEIROS!

O rádio é conteúdo que informa e emociona, eterniza momentos e vira referência na vida das pessoas. de acordo com estudo da Kantar Ibope Media, o meio alcança 83% dos brasileiros (nas 13 regiões metropolitanas onde há aferição) e o consumo diário é de 4 horas e 33 minutos, em média.

Americana se torna capital regional, a segunda maior classificação, apenas atrás da metrópole Campinas. O desenvolvimento econômico e social nos últimos anos em Americana é notável. Seguindo a mesma linha, a nossa cidade vizinha, Santa Bárbara, também integra o grupo de 32 cidades que se tornaram capitais regionais no país. A nossa bem desenvolvida, rica e sustentável região tem como destaque a metrópole Campinas. Isso faz com que nossa grande RMC ganhe destaque para as 19 cidades em seu entorno, com mais de 3 milhões e meio de pessoas.

VOX90, A MARCA DA EVOLUÇÃO!

Há mais de 30 anos em constante crescimento e pioneirismo no segmento "rádio", a famosa frequência 90,3 no fm, consolida a Vox90 a emissora mais ouvida na região metropolitana de Campinas.

Marlon Freitas, presidente da emissora, um fanático pelo rádio, não mede esforços para manter o sucesso da emissora!

Uma grade especial com programas interativos, promoções e segmento musical repleto de sucessos atuais fazem com que a popularidade da emissora mantenha sempre a liderança absoluta.

Equipes de promoções sempre perto dos ouvintes e parceiros, ações externas em promoção e grandes eventos, viaturas personalizadas e equipadas, agitam sempre a cidade e região.

Informar também é nossa prioridade. Nas manhãs da Vox90, a equipe de jornalismo comanda o Vox News, dinâmico e direto. E, 24 horas por dia, conta com o Vox Informação em boletins especiais com os principais acontecimentos.

Na internet, o alto engajamento da emissora corresponde a altura de sua audiência no rádio, redes sociais, Whatsapp, site e app Vox com sistema exclusivo integrado para participação do ouvinte, atingindo uma grande demanda de participações e sorteios, consolidando a rádio que mais dá prêmios no Brasil!

Evolução com qualidade, em nova etapa no atual ano, novos sistemas de transmissão e antena, muito mais alcance e melhor sinal. estúdios preparados para lives no on line e apresentações especiais no fm.

É Vox, é demais!



ACESSE E SAIBA MAIS!



RÁDIO VOX 90 LTDA.

R. Germano Giusti, 189 - Jd. Paulista
Cep- 13468-276 - Americana/SP

3475-9690

comercial@vox90.com



VOX90.COM

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

Este documento foi assinado digitalmente por Maria Fernanda Gregio Ronchesel.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código 4BC0-2043-F1F7-78DC.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/4BC0-2043-F1F7-78DC> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 4BC0-2043-F1F7-78DC



Hash do Documento

AC08A715193AACB1BD77AAB17AC496480A2F08BAFAB274546F20DB25ECB7F028

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 18/08/2023 é(são) :

- Maria Fernanda Gregio Ronchesel (Sócia-Administradora) -
277.008.358-96 em 18/08/2023 11:41 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital

