ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE MEDIANEIRA - ESTADO DO PARANÁ.

CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

***OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI*,** pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 03.979.287/0001-31, com sede na Rua Pedro Américo, nº. 374, Bairro de Oficinas, Ponta Grossa - PR, 84035-450, vem respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no Art. 109 da Lei nº. 8.666/1993, apresentar:

CONTRARRAZÕES RECURSO ADMINISTRATIVO

Em relação ao recurso apresentado pela empresa **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI** na Concorrência nº 01/2022 a Comissão de Licitação Municipal da Prefeitura de Medianeira – Paraná, o que faz com fundamento na Lei 8.666/1993 e na Lei 12.232/2010 , pelas razões a seguir alinhavadas:

1. SÍNTESE DOS FATOS

A Prefeitura Municipal de Medianeira instaurou licitação na modalidade Concorrência n°. 001/2022, visando à contratação de agência de propaganda para prestação de serviços publicitários.

Em 3 de maio de 2022 ocorreu a primeira sessão pública do certame, destinada para credenciamento dos representantes legais das licitantes e o recebimento dos envelopes

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

de nº. 1 a 4 – contendo as propostas técnicas e de preço, conforme estabelecido na Concorrência nº. 01/2022.

Na data de 24 de maio de 2022, foi realizada a 2ª sessão da referida Concorrência Pública com início às 9h00, do qual analisou as propostas técnicas do conteúdo do invólucro "nº. 1", bem como do invólucro "nº. 3", proposta técnica do plano de comunicação e a Capacidade de Atendimento.

Assim classificadas:

Sendo apresentado a classificação e desclassificação das proponentes constante na ata da Subcomissão Técnica, conforme segue:

PROPONENTE: OLE - PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI: **CLASSIFICADA** de acordo com o julgamento da subcomissão.

PROPONENTE: N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA: **DESCLASSIFICADA** de acordo com o julgamento da subcomissão.

PROPONENTE: BLANCOLIMA COMUNICACAO E MARKETING EIRELI: **DESCLASSIFICADA** de acordo com o julgamento da subcomissão.

Onde desclassificou a empresa recorrente Blancolima Comunicação e Marketing Eireli e também a licitante N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda pelo fato de não cumprirem com as regras contidas no Edital, conforme julgamento da subcomissão técnica.

Ambas as licitantes não cumpriram em especial o item 6.3.1 'a' 2, ONDE É CLARO QUE O PLANO DE COMUNICAÇÃO DEVE SER APRESENTADO NO FORMATO **RETRATO**.

E seguindo o que determina o edital:

10.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
b) Não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta) pontos**;
c) **Obtiver nota zero** em quaisquer dos quesitos a que se refere o item 10.4, alíneas "a" (incluindo os subquesitos a1 a a4), "b", "c" e "d".

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

Sustenta a Recorrente irregularidades na proposta da empresa OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI, ora peticionária, no que tange a sua estratégia de mídia relacionada aos valores utilizados dos veículos de comunicação, o que não deve prosperar.

1.1 - Da utilização de valores errados dos veículos Nossa Folha, Jornal Mensageiro e Rádio Independência

1.1.1 – JORNAL NOSSA FOLHA

Alega a recorrente que:

> 26. Isso não é o bastante, cabe citar também como exemplo os erros da agência Olé Propaganda e Publicidade (única classificada neste certame), que no Jornal Nossa Folha sugeriu divulgar a campanha em 5 edições de uma página de anúncio colorido ao valor unitário de R$ 825,00 - o que totaliza um montante de R$ 4.125,00. Porém a tabela do veículo apresenta um valor de R$ 800,00 se o cliente comprar APENAS UM anúncio e ACIMA de 4 inserções o valor cai para R$ 750,00 (veja tabela anexo). Ou seja, na prática, a proposta errou feio. Enquanto o valor para cinco anúncios custa R$ 3.750,00, a Olé cobrou R$ 4.125,00 e nem por isso, os avaliadores fizeram quaisquer observações. Deveriam ser criteriosos e pedir a tabela para o veículo a fim de conferir.

A licitante Olé Propaganda, utilizou a tabela em vigência e enviada pelo veículo de comunicação (veja tabela em anexo) e para confirmar que os valores apresentados são os de tabela praticados pelo veículo de comunicação, enviamos um e-mail:

E-mail enviado:

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

L

seg 06/06/2022 09:27

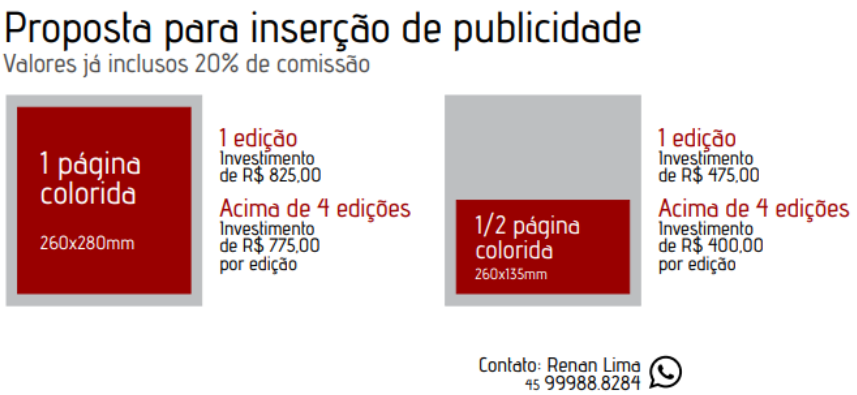
Luana <luana@olepropaganda.com.br>

Valor bruto de 1 página em cores

Para 'renan@nossafolha.com.br'

Bom dia,

Gostaria de confirmar que de acordo com tabela enviada pelo Jornal Nossa Folha a agência o valor bruto de 1 página em cores é de R$ 825,00 reais
E que os valores acima de quatro edições é um valor com desconto.



Resposta:

R

seg 06/06/2022 09:48

renan@nossafolha.com.br

Re: Valor bruto de 1 página em cores

Para Luana

Bom dia Luana tudo bem?

Isso mesmo, valor bruto R$ 825,00 para 1 página colorida.

Fico a disposição

Em 06/06/2022 09:27, Luana escreveu:

> Bom dia,
>
> Gostaria de confirmar que de acordo com tabela enviada pelo Jornal Nossa Folha a agência o valor bruto de 1 página em cores é de R$ 825,00 reais
>
> E que os valores acima de quatro edições é um valor com desconto.

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

1.1.2 – JORNAL MENSAGEIRO

Em seu recurso a recorrente alega que:

27. No Jornal Mensageiro, a mesma licitante (Olé) apresentou um valor unitário de R$ 1.860,00 para cada anúncio, o que totalizaria na quantidade de inserções sugerida, um valor de R$ 9.300,00. Porém, conforme a tabela em anexo do veículo, o raciocínio segue o já citado no item anterior: se comprar APENAS UMA edição, o valor do anúncio é de R$ 2.232,00, mas para acima quatro edições, o preço de tabela cai para R$ 1.672,50. Dessa forma, o valor correto seria R$ 8.362,50. Mais um erro da Olé, sem ser observado.

Ora, a Olé Propaganda, utilizou a tabela em vigência e enviada pelo veículo de comunicação (veja tabela em anexo) e para confirmar que os valores apresentados são os de tabela praticados pelo veículo de comunicação, enviamos um e-mail:

E-mail enviado:

L

seg 06/06/2022 09:15

Luana <luana@olepropaganda.com.br>

Valor bruto de 1 página em cores

Para 'financeiro@jornalmensageiro.com.br'

Bom dia,

Gostaria de confirmar que de acordo com tabela enviada pelo Jornal Mensageiro a agência o valor bruto de 1 página em cores é de R$ 1.860,00 reais
E que os valores com duas, três e quatro edições são valores com descontos.

MENSAGEIRO

A/C Fabiana - OLÉ

- Informações comerciais Jornal Mensageiro:

- ✓ Formato (Página Sangrada): 24 x 35 cm
- ✓ Datas e horários de fechamento: todas as quartas-feiras, às 14h.
- ✓ Periodicidade: Semanal
- ✓ Dia de Circulação: Quinta-feira
- ✓ Total de exemplares impressos por edição (tiragem): 2.500
- ✓ Circulação: Medianeira, Missal, Matelândia, Céu Azul, Vera Cruz do Oeste, Santa Helena, São Miguel do Iguaçu, Itaipulândia, Foz do Iguaçu, Santa Terezinha de Itaipu, Ramilândia, Diamante D' Oeste, Serranópolis do Iguaçu, Marechal Cândido Rondon, Entre Rios do Oeste e São José das Palmeiras.

TABELA - JORNAL MENSAGEIRO IMPRESSO*

✓ **PROPOSTA 1 (1 página – cor) – 24 x 35 cm**

- 1 página (COR) - quatro edições por mês.....R$5.580,00 (mensal)
- 1 página (COR) – três edições por mês..... R$ 4.460,00 (mensal)
- 1 página (COR) - duas edições por mês..... R$ 3.160,00 (mensal)
- 1 página (COR) - uma edição por mês..... R$ 1.860,00

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

Resposta:

FJ

seg 06/06/2022 14:00

Financeiro Jornal Mensageiro <financeiro@jornalmensageiro.com.br>

Re: Valor bruto de 1 página em cores

Para Luana

Esta mensagem foi enviada com a prioridade Alta.
Se houver problemas com o modo de exibição desta mensagem, clique aqui para exibi-la em um navegador da Web.

Olá Boa tarde! Valores e proposta confirmados!

Grata

Ana Cláudia Valério

Editora Jornal Mensageiro

(45) 3264-3319/9934-2101

---- Em Seg, 06 jun 2022 09:14:57 -0300 **Luana** <luana@olepropaganda.com.br> escreveu ----

Bom dia,

Gostaria de confirmar que de acordo com tabela enviada pelo Jornal Mensageiro a agência o valor bruto de 1 página em cores é de R$ 1.860,00 reais
E que os valores com duas, três e quatro edições são valores com descontos.

1.1.3 – RÁDIO INDEPENDÊNCIA

Novamente a recorrente alega erro na proposta da Olé, vejamos:

28. Por fim, eles também erraram ao alocar os valores da Rádio Independência, onde foi colocado o valor unitário de R$ 75,00/inserção, ou seja, para as 136 inserções propostas na estratégia - R$ 10.200,00. Porém, conforme mostra a tabela de preços do veículo, o custo unitário da inserção é R$ 60,00, o que para as 136 inserções, daria um valor de R$ 8.160,00.

E novamente a Olé Propaganda, utilizou a tabela em vigência (veja tabela em anexo) e para confirmar que os valores apresentados são os de tabela praticados pelo veículo de comunicação, enviamos um e-mail:

E-mail enviado:

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

L

seg 06/06/2022 09:31

Luana <luana@olepropaganda.com.br>

RES: Valor Bruto spot 30"

Para 'serginho@costaoestenews.com'

Cc 'independencia@costaoestenews.com'

Gostaria de confirmar que de acordo com tabela enviada pela Rádio Independência a agência o valor bruto do spot de 30" é de R$ 75,00
E o valor de R$ 60,00 é valor liquído

92,7 FM Rádio Independência MEDIANEIRA

TABELA DE PREÇOS 2022

Conforme solicitação estamos enviando dados da emissora: **RÁDIO INDEPENDÊNCIA DE MEDIANEIRA LTDA,** empresa portadora do CNPJ 75.543.470/0001-09, Inscrição Estadual: 9047470096, situada à Av. Pedro Soccol, 452 Bairro São Cristóvão, Medianeira – Pr, fone: 45 3264-1713 e-mails dep.comer; E tabela de preço para divulgações em Medianeira e região.

Forma de divulgação

- SPOT DE 30'' segundos R$ 75,00
- SPOT DE 60'' segundos R$150,00
- **Desconto de 20% da Agência**

Resposta:

S

seg 06/06/2022 09:33

serginho@costaoestenews.com

Re: RES: Valor Bruto spot 30"

Para Luana

Bom dia Luana

Confirmado

Estou a disposição

Enviado do meu iPhone

Em 6 de jun. de 2022, à(s) 09:31, Luana <luana@olepropaganda.com.br> escreveu:

Bom dia,

Gostaria de confirmar que de acordo com tabela enviada pela Rádio Independência a agência o valor bruto do spot de 30" é de R$ 75,00
E o valor de R$ 60,00 é valor liquído

De duas uma, ou a recorrente quis testar a Comissão de Licitações ou mesmo induzir ao erro, ao afirmar que a OLÉ utilizou os valores erroneamente no caso do Jornal Mensageiro, cabe explicar que cada agência recebeu uma tabela de preço – não

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

queremos questionar o valor nesse caso - mas sim mostrar que a recorrente ao afirmar que a Olé errou usou da mesma interpretação em sua planilha:

"No Jornal Mensageiro, a mesma licitante (Olé) apresentou um valor unitário de R$ 1.860,00 para cada anúncio, o que totalizaria na quantidade de inserções sugerida, um valor de R$ 9.300,00. Porém, conforme a tabela em anexo do veículo, o raciocínio segue o já citado no item anterior: se comprar APENAS UMA edição, o valor do anúncio é de R$ 2.232,00, mas para acima quatro edições, o preço de tabela cai para R$ 1.672,50. Dessa forma, o valor correto seria R$ 8.362,50. Mais um erro da Olé, sem ser observado"

Agora vamos observar sua estratégia de mídia:

Mensageiro	anúncio 1/2 pg. col.	2	1.116,00	2.232,00	5,002%

E a tabela apresentada pela recorrente:

✓ **(1/2 página – cor) - 26 x 16 cm**

– ½ página (COR) - quatro edições por mês..... R$ 3.350,00 (mensal)
- ½ página (COR) - três edições por mês .....R$ 2.680,00 (mensal)
- ½ página (COR) - duas edições por mês .....R$ 1.900,00 (mensal)
– ½ página (COR) – uma edição por mês.....R$ 1.116,00

A mesma alega em seu recurso apontando um erro da Olé, porém teve o mesmo entendimento: se comprar APENAS UMA edição, o valor do anúncio é de R$ 1.116,00, mas para acima DUAS edições, o preço de tabela cai para R$ 950,00. Dessa forma, o valor correto seria R$ 1.900,00 e não 2.232,00.

Ou seja o mesmo entendimento que a OLÉ teve em relação aos valores do JORNAL MENSAGEIRO (CONFORME TABELA ENVIADA PELO VEÍCULO), usou o valor bruto de 1 página e não o valor de quatro edições por mês, pois esse está com desconto.

JORNAL																																	
Veículo	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	Custo Unitário	Total Ins.	Custo Total
	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			
JORNAL MENSAGEIRO Semanal - 1 página		1							1							1							1							1	R$ 1.860,00	5	R$ 9.300,00
JORNAL NOSSA FOLHA Semanal - 1 página	1							1							1							1							1		R$ 825,00	5	R$ 4.125,00
																															TOTAL EM JORNAL	**10**	**R$ 13.425,00**

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

TABELA - JORNAL MENSAGEIRO IMPRESSO*

✓ **PROPOSTA 1 (1 página – cor) – 24 x 35 cm**

- 1 página (COR) - quatro edições por mês.....R$5.580,00 (mensal)
- 1 página (COR) – três edições por mês..... R$ 4.460,00 (mensal)
- 1 página (COR) - duas edições por mês..... R$ 3.160,00 (mensal)
- 1 página (COR) - uma edição por mês..... R$ 1.860,00

2. DAS IRREGULARIDADES E OFENSAS AO EDITAL LICITATÓRIO

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE EIRELI

Cabe aqui ressaltar que a empresa, além da irregularidade já apontada pela Subcomissão técnica que culminou com a sua desclassificação, deixa de cumprir vários itens do edital, como veremos a seguir

Por se tratar de uma Licitação em que se analisa a forma de apresentação dos documentos da proposta simulada de Plano Publicitário, imprescindível é a observância dos ritos estabelecidos no Edital.

Vejamos como o edital determina que o plano de comunicação publicitária seja apresentado:

O **Plano de Comunicação – Via Não Identificada** deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

1. Capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco; VEDADO O USO DE CAPA PLÁSTICA;
2. Conteúdo impresso em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação RETRATO;
3. Espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir daborda;
4. Espaçamento 1,0 entre as linhas e títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
5. Texto em fonte "arial", tamanho 12;
6. Numeração em todas as páginas (inclusive capa), em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
7. Caderno único, encadernado em espiral preto, à esquerda;
8. Materiais de mídia em CD/DVD, alocados dentro de envelope com o fecho lacrado, para evitar o extravio durante o manuseio das propostas. Os materiais deverão ser colados em folha de papel A4 branco, uma para cada mídia e, assim, deverão ser colocados dentro do envelope.
9. **MATERIAIS DA IDÉIA CRIATIVA SOLTOS SERÃO DESCONSIDERADOS NA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA.**
10. Caderno sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

Veja que o Edital estipula como deve ser a formatação do Plano de Comunicação, e qualquer proposta que esteja fora desse padrão deve ser desclassificada, conforme o item 10.5:

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

10.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
b) Não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta) pontos**;
c) **Obtiver nota zero** em quaisquer dos quesitos a que se refere o item 10.4, alíneas "a" (incluindo os subquesitos a1 a a4), "b", "c" e "d".

Ressaltamos aqui que não cabe a reavaliação pela Subcomissão Técnica dos quesitos, uma vez que os erros cometidos pela empresa são descumprimentos explícitos dos itens do edital, os quais são passíveis de desclassificação.

Da análise da determinação Editalícia, resta clara a necessidade de observância das regras de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, além da expressa determinação de que (10.5.) **Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste Edital**.

2.1 - ESPAÇAMENTO ENTRE AS LINHAS ETÍTULOS, ENTRETÍTULOS, PARÁGRAFOS E LINHAS SUBSEQÜENTES

Previa o instrumento convocatório de que o Plano de Comunicação Publicitária, fosse apresentado:

4. Espaçamento 1,0 entre as linhas e títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;

Ocorre que a empresa BLANCOLIMA não cumpriu esse item ao apresentar o texto de seu plano de comunicação com espaçamento maior do que o previsto, vejamos:

Plano de Comunicação
Raciocínio Básico

O mosquito Aedes aegypti, transmissor da dengue, tem sido a "pedra no sapato" das autoridades em saúde pública no país e dá mostras de que está ganhando esta guerra. Ele também é responsável pelos contágios de outras doenças chamadas de arboviroses como é o caso da zika e Chikungunya, além da febre amarela. O Ministério da Saúde apontou que os casos de dengue no Brasil em 2022 aumentaram 43,9% em relação a 2021. Entre 2 de janeiro e 12 de março de 2022 foram 161.605 casos. De acordo com o boletim epidemiológico publicado pelo ministério, a região Centro-Oeste apresentou a maior taxa de incidência de dengue, com 204,2 casos por 100 mil habitantes, seguida do Norte (97,4 casos/100 mil hab.), Sudeste (47,9 casos/100 mil hab.), Sul (49 casos/100 mil hab.) e Nordeste (31 casos/100 mil hab.).

As cidades com maior número de infectados por 100 mil habitantes são Goiânia com 1.069/100 mil e Brasília/ DF com 344,3/100 mil. Na capital Federal, de acordo com a secretaria estadual da saúde, o aumento entre os dois anos foi de 348%. A temporada de chuvas de verão, entre janeiro e o fim de março, sempre é um momento crítico no crescimento da doença, já que os focos do mosquito Aedes aegypti são locais onde empossa água, como garrafas, pneus, sucatas, caixas de água abertas e qualquer tipo de lixo que acumule água.

O aumento de pessoas contaminadas levou o Governo do Paraná, por meio da Secretaria de Estado da Saúde (Sesa), a decretar no último dia 19 de abril, a situação como pandêmica. De agosto de 2021 até o momento, o Estado contabiliza mais de 80 mil notificações e cinco mortes pela doença. O boletim divulgado hoje registra 14.964 novas notificações em relação à semana anterior.

De acordo com a Sesa, os números do boletim semanal da dengue mostram que os casos

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

Seu PIB per capita é de R$ 42,3 mil – valor superior à média do estado (R$ 40,8 mil) e da grande região de Cascavel (R$ 41,5 mil). Considerando a geração de empregos pelo tamanho da população, tem o segundo melhor desempenho na microrregião de Foz do Iguaçu, com um saldo positivo de 2.268 vagas (13,34%), segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged, 2021).

Com um crescimento acelerado e o aparecimento de novos bairros, aumentaram também o acúmulo de resíduos e, obviamente, o aumento dos criadouros do mosquito da dengue.

O ciclo de vida do mosquito e como se prevenir

A proliferação ocorre quando o transmissor deposita ovos em água parada. O ciclo do mosquito (ovo, larva, pupa e forma adulta) varia de acordo com a temperatura, disponibilidade de alimentos e quantidade de larvas existentes no mesmo criadouro. Quando as condições ambientais estão favoráveis, as fases de ovo até à forma adulta podem ocorrer de sete a 10 dias. Por isso, a eliminação de criadouros deve ser realizada pelo menos uma vez por semana, para que assim, o ciclo de vida do mosquito seja interrompido. A transmissão ocorre quando a fêmea da espécie vetor se contamina ao picar um indivíduo infectado, que se encontra na fase virêmica da doença, se tornando, após um período de 10 a 14 dias, capaz de transmitir o vírus por meio de picadas.

Dengue, zika vírus e febre chikungunya são doenças para as quais ainda não foram disponibilizadas vacinas para o público em geral. Por isso, a única forma de preveni-las é impedir que o inseto se reproduza, objetivo que só será alcançado se em cada imóvel tiver alguém com vontade e disciplina para verificar se há objetos ou situações formando água parada – caso haja, é preciso jogar fora esta água, substitui-la por areia (no caso de vaso

O que se espera da população é que ela entenda a importância de ter sua atenção dividida, que pode ser definida como a capacidade de nosso cérebro para prestar atenção a dois estímulos ao mesmo tempo, e responder às múltiplas necessidades apresentadas em seu entorno. Assim, ela continua atenta aos cuidados importantes e obedecendo aos protocolos de saúde para evitar transmitir ou se contaminar com o coronavírus e, ao mesmo tempo, aproveita esse tempo em casa para fazer a necessária limpeza dos possíveis criadouros.

O trabalho da prefeitura

O papel do governo municipal é de realizar ações para o bem-estar dos munícipes, promover e divulgar campanhas de conscientização para que todos os cidadãos entendam a real necessidade de estar atento aos perigos que as doenças transmitidas pelo mosquito representam.

Acúmulo de lixos, entulhos e terrenos baldios também são grandes problemas inerentes à intervenção de vários setores. Por isso, a Prefeitura de Medianeira realiza ações e campanhas, todos os anos, para que a população mude os hábitos e trabalhe junto ao município contra a proliferação do mosquito. Mesmo com a chegada do inverno – onde teoricamente baixa o índice de proliferação dos criadouros – é preciso continuar lembrando as pessoas sobre os cuidados e os perigos das doenças transmitidas pelo mosquito.

A participação comunitária de forma consciente e ativa nas ações de vigilância e controle do Aedes aegypti é um dos principais eixos de um efetivo programa de controle, ao mesmo tempo em que se constitui uma das mais complexas tarefas a serem implementadas. No entanto, é necessário que haja esta união entre população e município. A prevenção e controle das doenças como a dengue, envolve um conjunto de ações voltadas às condições municipais, por isso, é preciso reforçar a conscientização da população em todas as campanhas educativas.

Por outro lado, as ações de fiscalização da vigilância sanitária, da assistência ao paciente

2.2 ERROS NOS TEXTOS E FALTA DE INFORMAÇÕES NAS TABELAS

Em sua Ideia Criativa, a licitante BLANCOLIMA, apresenta informações diversas, e falta de informações na Estratégia de Mídia e não mídia.

Na relação de peças não corporificadas, a licitante apresenta:

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

Peças não corporificadas

6. Spot de rádio, formato 30";
7. Banner estático portal do município, formato 900x150px;
8. Banner estático portal, formato 1180x250px;
9. Banner estático portal, formato 600x300px;
10. Banner estático portal, formato 1050x250px;
11. Banner estático portal, formato 330x250px;
12. Anúncio de jornal, página inteira, formato 26x16cm;
13. Adaptação filme 15" - com caracteres.

Ocorre que ao distribuir a mídia para o Jornal Mensageiro em suas tabelas menciona que será ½ página de jornal:

Nossa Folha	anúncios 1 pg. col.	2	800,00	1.600,00	3,586%
Mensageiro	anúncio 1/2 pg. col.	2	1.116,00	2.232,00	5,002%

	Veículo	Tiragem/ Periocidade	Formato	D 1	S 2	T 3	Q 4	Q 5	S 6	S 7	D 8	S 9	T 10	Q 11	Q 12	S 13	S 14	D 15	S 16	T 17	Q 18	Q 19	S 20	S 21	D 22	S 23	T 24	Q 25	Q 26	S 27	S 28	D 29	S 30	T 31	total de ins.	Valor Unit.	Valor Total Bruto (R$)
Jornal	Nossa Folha	2300 exemplares/semanal	1 página (26x28cm)				1														1														2	800,00	1.600,00
	Mensageiro	2500 exemplares/semanal	1/2 página (26x16cm)												1														1						2	1.116,00	2.232,00
																																			Total Meio Jornal	4		3.832,00

Desta maneira como pode determinar ½ página de jornal, se a peça relacionada na IDEIA CRIATIVA é 1 página de jornal? Sendo assim a mesma deixa de apresentar a relação da peça correta conforme sua distribuição.

Nesse mesmo sentido, a BLANCOLIMA, afirma em sua tabela de produção que:

Produção de Mídia e Não Mídia				
Peças	Discrição	Quant. Total	Vlr total	%
Filme 30" c/ redução p/ 15" e filme para redes sociais	Captação, ilustrações, animação, locução, sonorização com trilha pesquisada, edição, finalização, incluso registro Ancine, entrega digital e arquivo para internet. 15" com caracteres p/ painel de led e TV Box	2	3.250,00	7,283%

Com essa informação fica explicito que o filme de 15' seria usado no painel de Led e TV Box, porém em sua planilha geral de distribuição não menciona a peça para a Rede TV Box:

	Exibidora	Praça	Peça	D 1	S 2	T 3	Q 4	Q 5	S 6	S 7	D 8	S 9	T 10	Q 11	Q 12	S 13	S 14	D 15	S 16	T 17	Q 18	Q 19	S 20	S 21	D 22	S 23	T 24	Q 25	Q 26	S 27	S 28	D 29	S 30	T 31	Quant.	Valor Unit.	Valor Total Bruto (R$)
Mídia alternativa	Rede TV Box	Medianeira	monitores de vídeo - 720 inserções diárias		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	30 dias		1.500,00
																																			Total mídia alternativa:	30 dias		1.500,00

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

O item determina que seja apresentada a peça, e ao invés a licitante coloco onde serão apresentados MONITORES e quantidade de inserções diárias 720. Mais um erro em seu plano de comunicação.

Ainda em sua planilha geral de distribuição a mesma deixa de colocar a somatória do valor destinado a VEICULAÇÃO:

	Portais		Formato	D 1	S 2	T 3	Q 4	Q 5	S 6	S 7	D 8	S 9	T 10	Q 11	Q 12	S 13	S 14	D 15	S 16	T 17	Q 18	Q 19	S 20	S 21	D 22	S 23	T 24	Q 25	Q 26	S 27	S 28	D 29	S 30	T 31	Período	Estimativa de visualizações	Valor Total Bruto (R$)
Digital	Guia Medianeira	banner topo	1180x250px e 600x300px		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	30 dias	925.339	875,00
	Costa Oeste News	banner principal	1050x250px e móvel 330x250px		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	30 dias		1.250,00
																																			Total Meio Portais	30 dias		2.125,00
																																			Total de veiculação:		

2.3 USO DE PREFEITURA ERRADA

A licitante em seu Raciocínio Básico enfatiza o trabalho de outra prefeitura:

A Prefeitura de Matelândia tem realizado um grande esforço para eliminar os criadouros do mosquito, aplicando inseticida utilizando o carro "fumacê" em todos os bairros, orientando a população para abrir janelas, portas e box de banheiro, protegendo os pequenos animais e eliminando a água e o alimento dos bichos. Entretanto, só isso não basta, pois, o inseticida mata apenas o mosquito adulto e não os criadouros.

Um erro inaceitável, não saber o nome da própria cidade que se está participando do processo, está certo que MATELÂNDIA faz divisa com Medianeira, mas são cidades diferentes.

2.4 EXTRAPOLAR O LIMITE DE PEÇAS

Em diversas partes da Estratégia de Comunicação, a licitante BLANCOLIMA afirma a utilização do meio rádio com spot de 30" e banner de internet para os sites:

Para transmitir essa mensagem de maneira envolvente e atingir nosso público alvo, utilizamos dos meios de comunicação tradicionais e digitais, que são: televisão, rádio, jornal, outdoor, internet, impresso (como não mídia) e utilizamos os recursos próprios do município (redes sociais e portal).

Para televisão, criamos um filme de 30" (com redução para 15", que será veiculado em mídia indoor: televisões em casas lotéricas, academias, clínicas, shopping e comércio em geral); para o meio rádio, criamos um spot de 30" (com abertura e encerramento em formato de jingle estilo hip hop e locução informativa); e nas ruas, para alcançar a população que se movimenta, utilizamos a mídia outdoor e painel de led.

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

Para o meio jornal, criamos anúncios coloridos e informativos levando a informação para os formadores de opinião e para alcançar o público que busca qualidade de informação, utilizamos a internet, por meio de relevantes portais de notícias, o site e as redes sociais da prefeitura, onde exibiremos banners estáticos, post carrossel e vídeo.
Como o edital é claro que na simulação de distribuição de mídia deverão ser considerados os veículos de comunicação que tenha tabelas cheias e as redes sociais não possuem essa prerrogativa, contemplaremos a distribuição das peças de forma orgânica nesse meio.

Para aumentar a eficiência da campanha, sugerimos um trabalho conjunto entre as secretarias municipais de Saúde e Educação com a distribuição de um material impresso para as crianças da rede municipal de ensino. Os professores poderão utilizar a peça como tarefa didática e explicativa da campanha com seus alunos, por serem os agentes iniciadores de conscientização. É um material com atividades divertidas, mas que ensinam sobre o mosquito, as doenças transmitidas e as formas de eliminá-lo. A peça será impressa em formato A4, com dois vincos e três partes – uma delas destacável - contendo um check-list de providências necessárias para eliminar os criadouros do mosquito. As crianças são

E é mais enfática nessa parte de seu plano de comunicação:

A seguir, listamos todas as peças que compõem a ideia criativa e suas eventuais reduções de tamanho, bem como trazemos os exemplos de peças que corporificam nossa estratégia.

<u>Ao afirmar que está apresentando as peças que compõem a ideia criativa e suas eventuais reduções de tamanho, a BLANCOLIMA, usa de má fé ao dizer que a peça: SPOT DE RÁDIO, FORMATO 30" é uma REDUÇÃO e também que a peça BANNER É UMA REDUÇÃO.</u>

Exemplos de peças corporificadas:
1. Anúncio de jornal, página inteira, formato 26x28cm;
2. Outdoor, formato: 9x3m;
3. Folder impresso, formato: 29,7x21cm;
4. Post carrossel redes sociais, formato 1080x1080px;
5. Storyboard para VT, formato 30".

Peças não corporificadas
6. Spot de rádio, formato 30";
7. Banner estático portal do município, formato 900x150px;
8. Banner estático portal, formato 1180x250px;
9. Banner estático portal, formato 600x300px;
10. Banner estático portal, formato 1050x250px;
11. Banner estático portal, formato 330x250px;
12. Anúncio de jornal, página inteira, formato 26x16cm;
13. Adaptação filme 15" - com caracteres.

Basta uma simples verificação para confirmar que o **<u>SPOT DE RÁDIO</u>** não pode ser uma redução de ANÚNCIO DE JORNAL, nem de OUTDOOR, de FOLDER, POST CARROSSEL e muito menos do STORYBOARD. E o mesmo acontece com o **<u>BANNER</u>**

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

ESTÁTICO que não pode ser redução das peças apresentadas, e mesmo que a licitante diga que é uma redução do CARROSSEL, é impossível por uma ser em movimento(carrossel com 5 cards) e outro estático, e também por contrariar o que diz a tabela do SINAPRO:

L) SERVIÇOS DIGITAIS		
ANÚNCIOS DISPLAY		
Peça/Tipo	Valor-Referência	
Master (qualquer dimensão)	4.903,00	
Adaptação (qualquer dimensão) [1]	Estático 1.954,00	Animado 2.151,00
Replicação (ajustes de especificações para outros veículos) [2]	Por formato 575,00	Formatos GDN* 2.567,00

*** Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN) -18 formatos. || [1 e 2]: Nota explicativa na última página.**

Notas explicativas:

[1] **Adaptação:** refere-se a um formato muito diferente (de um horizontal para um vertical, por exemplo), no qual precisamos repensar a estrutura da peça e redistribuir todas as informações de acordo com a necessidade.

[2] **Replicação:** refere-se a um ajuste simples, como quando os formatos são proporcionais entre si.

É aqui que a empresa BLANCOLIMA acaba extrapolando o número de peças determinadas pelo edital. Pois as peças SPOT DE RÁDIO 30' e BANNER ESTÁTICO não são reduções e SIM SÃO AS PEÇAS QUE CORPORIFICAM SUA ESTRATÉGIA.

DESSA MANEIRA SUA IDEIA CRIATIVA É COMPOSTA POR 7 PEÇAS:

1. JORNAL
2. OUTDOOR
3. FOLDER
4. POST CARROSSEL
5. STORYBOARD
6. **SPOT DE RÁDIO**
7. **BANNER INTERNET**

Dessa maneira acaba não cumprindo mais uma determinação do edital, no item:

> **7.1.1.3 Ideia Criativa**: a licitante apresentará campanha exclusivamente publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e de atendimento dos objetivos de comunicação, indicando, em forma de lista, todas as peças integrantes da campanha apresentadas na ideia criativa e nos exemplos de peças, incluídas as eventuais reduções e variações de formato. Os exemplos de peças estão condicionados e limitados ao quanto segue:
>
> **a)** Limitados a cinco, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

característica da peça;

b) Podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça.

b.1) No caso de peças de não mídia, só serão aceitos exemplos finalizados.

b.2) Se forem apresentadas peças como parte de um *kit* contendo mensagem não unificada, cada uma delas será computada no limite de que trata a alínea "a" do subitem 7.1.1.3, acima. Se a mensagem for unificada, o kit é contado como uma única peça.

E em sua estratégia de mídia e não mídia, a BLANCOLIMA, confirma que usará **7 meios para a divulgação da sua campanha: RÁDIO, JORNAL, TV ABERTA, OOH/MÍDIA EXTERIOR, MÍDIA ALTERNATIVA, INTERNET E NÃO MÍDIA.**

Para a distribuição são necessárias de peças não é mesmo, e para cada um dos meios uma peça, vejamos:

1. JORNAL – 1 PÁGINA – ADAPTAÇÃO ½ PÁGINA
2. OUTDOOR – 9X3
3. FOLDER – FORMATO A4
4. POST CARROSSEL – PEÇA COM 5 CARDS
5. TV - STORYBOARD VT 30" – ADAPTAÇÃO VT 15" (MIDIA ALTERNATIVA)
6. SPOT DE RÁDIO – SPOT 30'
7. BANNER INTERNET – BANNER ESTÁTICO 1180X250 (ADAPTAÇÕES: 900x150; 600x300; 1050x250; 330x250)

Mais uma vez fica comprovada que a BLANCOLIMA extrapolou a quantidade de peças determinada pelo edital – total de 5 – E APRESENTOU 7.

Assim, em razão da afronta ao contido no artigo 7º, inciso IV, da Lei 12.232/2010 e a determinação do Edital, cometido pela concorrente, deve ser dado provimento ao presente recurso manter a desclassificação da licitante BLANCOLIMA, já desclassificada pela subcomissão, como manter a decisão pelos descumprimentos do edital nos itens apresentados acima.

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

3. DO DIREITO

Ademais ressalta-se que deverá a Comissão de Licitação com a Autoridade Superiora atentar-se as regras do Edital, conforme preceito e julgados do TCU – Tribunal de Contas da União, tendo como base Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório:

> ▪ **Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório**
>
> Obriga a Administração e o licitante a observarem as normas e condições estabelecidas no ato convocatório. Nada poderá ser criado ou feito sem que haja previsão no instrumento de convocação.

Portanto esta Comissão de Licitação deverá **julgar o recurso interposto pela empresa Olé Propaganda pelo conhecimento do mesmo**, **dando provimento e manter a desclassificação da empresa BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI** do referido certame, já desclassificada pela subcomissão técnica por não cumprir o que determina o edital:

A regra é clara de como deveria ser o plano de comunicação, onde cita ainda que no item 6.3.1:

> O **Plano de Comunicação – Via Não Identificada** deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:
>
> 1. Capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco; VEDADO O USO DE CAPA PLÁSTICA;
> 2. Conteúdo impresso em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação RETRATO;

Frisa-se orientação **RETRATO**.

Vejamos a ata da subcomissão:

> EMPRESA Nº 03: Não cumpriu especialmente no que se refere ao Item 6.3.1, alínea "a", subitem 2. Conteúdo impresso em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², "***orientação RETRATO***", sendo que a empresa apresentou no plano de comunicação conteúdos em orientação PAISAGEM, conforme consta nas páginas nº 09, 10, 11, 12 e 13, influenciando a nota técnica de algumas peças publicitárias por conta da apresentação do formato paisagem, causando concorrência desleal perante as demais empresas, além de estar em desconformidade com o edital, ficando **DESCLASSIFICADA** conforme item 10.5, alínea "a".

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

EMPRESA Nº 03: BLANCOLIMA COMUNICACAO E MARKETING EIRELI

3. DOS PEDIDOS

Ante o exposto, requer respeitosamente o recebimento e provimento das Contrarrazões do Recurso Administrativo para julgar improcedente o Recurso interposto pela Recorrente BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI do Processo Licitatório Concorrência nº. 01/2022, com prosseguimento do presente certame.

Nestes termos, pede deferimento.

Ponta Grossa, 10 de junho de 2022.

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI
FÁBIA VALÉRIO
CPF nº 025.607.969-29

Este documento foi assinado digitalmente por Fabia Valerio Pauliki.
Para verificar as assinaturas vá ao site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 96AD-268E-A364-D3F7.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/96AD-268E-A364-D3F7 ou vá até o site https://www.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 96AD-268E-A364-D3F7

Hash do Documento

2A1F19C5F63C85AF2E5B8AEA32055B7A3B3D31D6E88FE577C3FCBF8C0492F6BC

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 10/06/2022 é(são) :

- ☑ Fabia Valerio Pauliki - 025.607.969-29 em 10/06/2022 11:12 UTC-03:00
  Tipo: Certificado Digital - OLE - PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI - 03.979.287/0001-31

MENSAGEIRO

A/C Fabiana - OLÉ

- Informações comerciais Jornal Mensageiro:

- ✓ Formato (Página Sangrada): 24 x 35 cm
- ✓ Datas e horários de fechamento: todas as quartas-feiras, às 14h.
- ✓ Periodicidade: Semanal
- ✓ Dia de Circulação: Quinta-feira
- ✓ Total de exemplares impressos por edição (tiragem): 2.500
- ✓ Circulação: Medianeira, Missal, Matelândia, Céu Azul, Vera Cruz do Oeste, Santa Helena, São Miguel do Iguaçu, Itaipulândia, Foz do Iguaçu, Santa Terezinha de Itaipu, Ramilândia, Diamante D' Oeste, Serranópolis do Iguaçu, Marechal Cândido Rondon, Entre Rios do Oeste e São José das Palmeiras.

TABELA - JORNAL MENSAGEIRO IMPRESSO*

✓ PROPOSTA 1 (1 página – cor) – 24 x 35 cm

- 1 página (COR) - quatro edições por mês.....R$5.580,00 (mensal)
- 1 página (COR) – três edições por mês..... R$ 4.460,00 (mensal)
- 1 página (COR) - duas edições por mês..... R$ 3.160,00 (mensal)
- 1 página (COR) - uma edição por mês..... R$ 1.860,00

✓ PROPOSTA 2 (1 página – PB) – 24 x 35 cm

- 1 página (PB) - quatro edições por mês.....R$3.330,00 (mensal)
- 1 página (PB) – três edições por mês..... R$ 2.665,00 (mensal)
- 1 página (PB) - duas edições por mês..... R$ 1.888,00 (mensal)
- 1 página (PB) - uma edição por mês..... R$ 1.110,00

✓ PROPOSTA 3 (1/2 página – cor) - 26 x 16 cm

– ½ página (COR) - quatro edições por mês..... R$ 2.980,00 (mensal)
- ½ página (COR) - três edições por mês .....R$2.230,00 (mensal)
- ½ página (COR) - duas edições por mês .....R$ 1.580,00 (mensal)
– ½ página (COR) – uma edição por mês.....R$930,00

✓ PROPOSTA 4 (1/2 página – PB) - 26 x 16 cm

– ½ página (PB) - quatro edições por mês..... R$ 1.650,00 (mensal)
- ½ página (PB) - três edições por mês ..... R$1.320,00 (mensal)
- ½ página (PB) - duas edições por mês ..... R$ 935,00 (mensal)
– ½ página (PB) – uma edição por mês..... R$ 550,00

✓ PROPOSTA 5 (1/4 de página – cor) - 12,5 x 16 cm

– ¼ de página (COR) - quatro edições por mês ..... R$ 1.410,00 (mensal)
– ¼ de página (COR) – três edições por mês ..... R$ 1.130,00(mensal)
– ¼ de página (COR) - duas edições por mês ..... R$ 800,00 (mensal)
– ¼ de página (COR) - uma edição por mês ..... R$ 470,00

✓ PROPOSTA 6 (1/4 de página – PB) - 12,5 x 16 cm

– ¼ de página (PB) - quatro edições por mês ..... R$ 840,00 (mensal)
– ¼ de página (PB) – três edições por mês ..... R$ 670,00 (mensal)
– ¼ de página (PB) - duas edições por mês ..... R$ 480,00 (mensal)
– ¼ de página (PB) - uma edição por mês ..... R$ 280,00

MENSAGEIRO

✓ **PROPOSTA 7 (1/8 de página – cor) - 12,5 x 7 cm**

– 1/8 de página (COR) - quatro edições por mês ..... R$ 705,00 (mensal)
– 1/8 de página (COR) – três edições por mês ..... R$ 565,00(mensal)
– 1/8 de página (COR) - duas edições por mês ..... R$ 398,00 (mensal)
– 1/8 de página (COR) - uma edição por mês ..... R$ 235,00

✓ **PROPOSTA 8 (1/8 de página – PB) - 12,5 x 7 cm**

– 1/8 de página (PB) - quatro edições por mês ..... R$ 290,00 (mensal)
– 1/8 de página (PB) – três edições por mês ..... R$ 230,00(mensal)
– 1/8 de página (PB) - duas edições por mês ..... R$ 160,00 (mensal)
– 1/8 de página (PB) - uma edição por mês ..... R$ 95,00

✓ **PROPOSTA 9 (rodapé – cor) - 26 x 7 cm**

– Rodapé (COR) - quatro edições por mês ..... R$ 1.410,00 (mensal)
– Rodapé (COR) – três edições por mês ..... R$ 1.130,00(mensal)
– Rodapé (COR) - duas edições por mês ..... R$ 800,00 (mensal)
– Rodapé (COR) - uma edição por mês ..... R$ 470,00

✓ **PROPOSTA 10 (rodapé – PB) - 26 x 7 cm**

– Rodapé (PB) - quatro edições por mês ..... R$ 840,00 (mensal)
– Rodapé (PB) – três edições por mês ..... R$ 670,00 (mensal)
– Rodapé (PB) - duas edições por mês ..... R$ 480,00 (mensal)
– Rodapé (PB) - uma edição por mês ..... R$ 280,00

**** Valor bruto, já inclusa a comissão de 20% da Agência.***

Qualquer dúvida, estamos à disposição.

Medianeira, 07 de abril de 2022.

Ana Cláudia Valério
Editora Jornal Mensageiro

Jornal
NOSSAFOLHA

A história

Com mais de 22 anos no mercado, o Jornal Nossa Folha tem se destacado pela qualidade do material que entrega, a credibilidade, o formato de impressão diferenciado e sobre tudo, a característica que a mídia impressa chega as mãos dos leitores.
As pesquisas revelam que o Jornal impresso é o veículo com mais credibilidade que existe, e o Nossa Folha vivencia isso semanalmente, quando entrega a sua edição todas as quartas-feiras.

Mídia de grande impacto

Com a tiragem de 2.300 exemplares semanais, todos os dias, cerca duas pessoas leem o jornal, esse valor, multiplicado por cinco dias úteis da semana, em que o Jornal fica em circulação, mostra que o Nossa Folha alcança no mínimo, 23.000 pessoas por edição.
Além de Medianeira, O Jornal Nossa Folha circula também nas cidades vizinhas, onde possuímos anunciantes e assinantes. São elas, Missal, Itaipulândia, São Miguel do Iguaçu e Serranópolis do Iguaçu.

Use também o Jornal Nossa Folha para divulgar
sua empresa, o seu produto, a sua marca,
e sinta a força que o impresso tem!

Proposta para inserção de publicidade

Valores já inclusos 20% de comissão

1 página colorida
260x280mm

1 edição
Investimento
de R$ 825,00

Acima de 4 edições
Investimento
de R$ 775,00
por edição

1/2 página colorida
260x135mm

1 edição
Investimento
de R$ 475,00

Acima de 4 edições
Investimento
de R$ 400,00
por edição

Contato: Renan Lima
45 99988.8284

TABELA DE PREÇOS 2022

Conforme solicitação estamos enviando dados da emissora: **RÁDIO INDEPENDÊNCIA DE MEDIANEIRA LTDA,** empresa portadora do CNPJ 75.543.470/0001-09, Inscrição Estadual: 9047470096, situada à Av. Pedro Soccol, 452 Bairro São Cristóvão, Medianeira – Pr, fone: 45 3264-1713 e-mails dep.comer; E tabela de preço para divulgações em Medianeira e região.

Forma de divulgação

- SPOT DE 30'' segundos R$ 75,00
- SPOT DE 60'' segundos R$150,00
- **Desconto de 20% da Agência**

ABRANGÊNCIA DA RÁDIO INDEPENDÊNCIA DE MEDIANEIRA LTDA.

Gerente Comercial - Sérgio Lima
Rede Costa Oeste
045 – 99157 8414