fema
Fundação Educacional do Município de Assis
"Campus José Santilli Sobrinho"

PORTARIA N. 02, 07 DE JANEIRO DE 2019

Constitui e nomeia Comissão Permanente de Licitações

O Diretor Executivo da Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA, no uso das atribuições que lhe conferem o Estatuto, **RESOLVE**:

ARTIGO 1º Constituir e nomear a Comissão para realização de Licitações, a saber:

Maria Salete Porto Steiger Elias	Presidente
Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo	Secretária
Eduardo Aparecido de Souza	Membros
Felipe Leonardo Miguel Ferreira	
Fernando Miranda Rosa	
Filipe Max de Oliveira Souza	

ARTIGO 2º Determinar que, na impossibilidade de a Presidente estar presente no dia da realização de Licitações, a Secretária assumirá a Presidência;

a) A Presidente designará um membro para assumir o cargo de Secretária;

ARTIGO 3º Essa portaria entrará em vigor nesta data, revogando-se as disposições em contrário.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

J:\fema\Portaria\Diretoria\2017_2020\2019\02_Comissão_Licitações.doc/VFBM

E-Com - Comunicações Eletrônicas
Relatório da Comunicação

C L. FEMA
Fls. nº 23

Usuário: Agência Publicidade

Identificação: 000000053690/2/2019 Data/Hora 18/2/2019 Hora: 16:13

Assunto: Abertura de Licitação

Texto: Prezado Diretor, Solicitamos licitação imediata de contratação de Agência para execução do Planejamento de Mídia de 2.019. Os destaques do Plano de Mídia são: 1) Fortalecimento da marca Fema regionalmente com maior frequência em TV Aberta; 2) Divulgação de novos cursos, Arquitetura e Engenharia Civil; 3) Reforço de mídia na divulgação dos vestibulares de medicina. A oferta de faculdades de Medicina encontra-se em ebulição, o reforço de mídia na divulgação dos nossos vestibulares, primeiro e segundo semestres, é essencial para amenizar os ataques dos concorrentes. Portanto, necessitamos de uma verba maior que o contrato anterior, para R$ 800.000,00. Continuamos a disposição para demais esclarecimentos. Desde já nossos agradecimentos. Agência Geração Propaganda.

DE: Agência Publicidade Comunicação encaminha em 18/2/2019 Hora: 16:13

PARA: Direção FEMA - Direção FEMA

Parecer: Autorizo

DE: Direção FEMA Comunicação encaminha em 20/2/2019 Hora: 8:15

PARA: Seção de Material - Setor de Compras

Parecer: Prezados bom dia, Em atenção ao solicitado informamos que, as providencias serão tomadas para realização de novo processo licitatório visando a Contratação de Agência de Publicidade, contudo há algumas situações que devemos verificar para o andamento do processo: 1) De imediato não será possível à realização da licitação para nova contratação, uma vez que, o Setor de Licitações possui atualmente 20 (vinte) licitações em processo de montagem para atender a FEMA e a UPA, assim o pedido será incluído na ordem de recebimento e seguirá o fluxo normal dos procedimentos administrativos. 2) Existe um contrato em plena vigência com a AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME, então em consulta a Assessoria Jurídica sobre o assunto temos o seguinte posicionamento: "A nova

licitação pode (e deve) ocorrer já, bastando uma observação no edital de que a vigência do contrato ocorrerá a partir 01/07/2019, depois de expirada a vigência de contrato em vigor". 3) A licitação deverá ser realizada na modalidade Concorrência Pública, o qual os prazos são mais extensos para abertura e término do processo. 4) O BRIEFING deverá ser atualizado para o período de 12 meses, considerando todos os serviços contratados, além dos que serão acrescidos; Sem mais para o momento, nos colocamos a disposição para eventuais esclarecimentos que se fizerem necessários. Atenciosamente, Eduardo Aparecido de Souza Setor de Compras e Licitações

C L. FEMA
Fls. nº 36

Voltar Imprimir

BRIEFING

Contratação de empresa especializada em propaganda e marketing para divulgar realizações da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis necessita de veículos de imprensa para se comunicar com a população, para veiculação de informações diversas, tais como divulgação de campanhas, projetos especiais, divulgação de processos seletivos, eventos estudantis, competições esportivas, realizações de ciclos de debates educacionais, palestras, semanas acadêmicas, etc..

Programação: previsão de produção e veiculação de anúncios:

TELEVISÃO

VT 30" e programetes de 3'

TV Aberta

45 inserções no período de 12 meses .....R$ 598.522,50

RÁDIOS

Spot 30" e Programas de 3'

3.950 inserções no período de 12 meses .....R$ 67.347,50

PORTAIS, SITES E REDES SOCIAIS

.....R$ 66.520,00

OUTDOORS E PAINÉIS DIGITAIS

48 inserções em 12 meses .....R$ 39.600,00

C L. FEMA
Fls. nº 53

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 12.760,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Whatts' up,Telemarketing .....R$ 15.250,00

Total do investimento em 12 meses.....R$ 800.000,00

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Assis, 20 de fevereiro de 2019.

AO

SETOR DE MATERIAIS

A/C – Presidente da Comissão de Licitações

Ref.: Solicita abertura de processo licitatório visando à contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

Senhor Presidente,

Considerando que a FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis necessita de veículos de imprensa para se comunicar com a população, para veiculação de informações diversas, tais como divulgação de campanhas, projetos especiais, divulgação de processos seletivos, eventos estudantil, competições esportivas e realizações de ciclos de debates educacional, palestras, semanas acadêmicas, etc.

Considerando que os veículos de imprensa são de suma importância para que estas informações alcancem o público da melhor forma possível, mantendo a população informada a cerca dos mais diversos assuntos de interesse público de cunho estudantil.

Considerando que sem a utilização dos meios de comunicação a população seria gravemente afetada, não atingindo os objetivos desejados.

Considerando a solicitação realizada pela coordenadora da Agência Geração Propaganda para execução do Planejamento de mídia de 2019, via E-com n.º 000000053690/2/2019.

Vimos por meio deste, solicitar a Vossa Senhoria, as providências

C L. FEMA
Fls. nº

necessárias visando à abertura de procedimento licitatório objetivando a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, conforme briefing atualizado em anexo.

Atenciosamente,

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Assis, 07 de março de 2019.

Protocolo FEMA
27/03/2019

A

DIRETORIA EXECUTIVA

Ref.: Contratação de Serviços de Publicidade

Prezado Senhor:

Solicitamos providências quanto à CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS em atenção à designação de Comissão Técnica e as orientações da Lei 12.232/2010, abaixo mencionadas.

Salientamos o atendimento ao disposto na Lei 12.232/2010, de atendimento ao procedimento de escolha dos membros da subcomissão técnica, por meio de sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por pelo menos 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

A relação dos nomes referidos nos parágrafos 2º e 3º do artigo 10 da Lei 12.232/2010 será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão publica marcada para o sorteio.

Atenciosamente,

Ciente

Maria Salete Porto Steiger Elias
Supervisora do Setor de Materiais

Eduardo Augusto Veiga Gonçalves
Diretor Executivo

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Assis, 04 de abril de 2019.

A
COMISSÃO DE LICITAÇÕES
A/C Senhor Presidente
Ref.: Contratação de Serviços de Publicidade

Em resposta ao Memorando dessa Comissão, referente à CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS, encaminhamos abaixo, relação de nomes, para formação da subcomissão técnica em conformidade com o artigo 10, da Lei 12.232/2010.

- ANA LUISA ANTUNES DIAS
- GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO
- GLAUCIANA ELISE MONTEIRO NUNES
- LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES
- MARIA LÍDIA DE MAIO BIGNOTTO
- NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR
- PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL
- PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS
- RENAN DA CRUZ HIGASHI
- SIDNEY DE PAULO

Atenciosamente,

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

BOL, LOCALIZADO NA RUA WALTER PASENOW (AREA DE LAZER DO BAIRRO JARDIM DEL REY), NESTA CIDADE.

TIPO DE LICITAÇÃO: Menor Preço Global;

RETIRADA DO EDITAL: PARA MAIORES INFORMAÇÕES, RETIRAR O EDITAL COMPLETO ATRAVÉS DO SITE http://www.araraquara.sp.gov.br/transparencia-gestao-e-financas/portal-da-transparencia-gestao-e-financas.

Araraquara, 04 de ABRIL de 2.019.

JULIANA PICOLI AGATTE-Secretária de Gestão e Finanças

CÂMARA MUNICIPAL DE ARARAQUARA

AVISO DE CHAMAMENTO PUBLICO

Chamamento Público nº 001/2019 - Processo de Compra nº 006/2019

Objeto: locação de imóvel comercial, com utilização monousuária, em área urbana, para uso institucional que atenda às necessidades de instalação de um anexo para o Poder Legislativo Araraquarense, afim de abrigar as atividades da Comunicação Institucional, das Comissões Permanentes, das Comissões Especiais de Inquérito – CEI e o Projeto Escola de Legislativo, incluindo áreas administrativas para as quais não há espaço físico no prédio tombado, sede do Poder Legislativo Araraquarense.

Edital: Câmara Municipal de Araraquara, Prédio Anexo – Av. Duque de Caxias, 528, Centro – Araraquara/SP, de segunda a sexta-feira, das 08 às 18 horas ou através do site: www.camara-arq.sp.gov.br, link "licitações"

Período para entrega da documentação: de 08/04/2019 a 12/04/2019

Endereço: Câmara Municipal de Araraquara – Rua São Bento, 887, Centro – Araraquara/SP, das 09 às 18 horas.

Data, horário para abertura das propostas: 15/04/2019, segunda-feira, às 9h00, no Plenário sito à Rua São Bento, 887 – Centro – Araraquara/SP.

Quaisquer informações poderão ser obtidas no endereço acima ou solicitado através do e-mail: licitacoes@camara-arq.sp.gov.br ou pelo telefone (16) 3301-0625.

ARARAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARAS

SERVIÇO MUNICIPAL DE TRANSPORTES COLETIVOS

AVISO DE LICITAÇÃO

EDITAL REPUBLICADO - PREGÃO PRESENCIAL Nº 004/2019

OBJETO: Contratação de empresa para prestação de serviços de Sistema de Bilhetagem Eletrônica com Biometria Facial para o Serviço Municipal de Transportes Coletivos de Araras pelo período de 12 (doze) meses, conforme especificações constantes do Anexo I – Termo de Referência.

Recursos: Próprios

Tipo / Critério de Julgamento: Menor preço global por lote

Prazo de Execução: 12 (doze) meses

Sessão Pública: 06/05/2019 às 09h00

RETIRADA DO EDITAL: O Edital com condições de participação, especificações e demais informações estará à disposição dos interessados para conhecimento e retirada na Rua Florianópolis, 315, Jardim dos Eucaliptos – Araras – SP, das 8h00min às 11h00min e das 13h00min às 16h00min ou pelo site https://www.smtca.sp.gov.br/category/pregao-presencial/. Informações: (19) 3547.1280 e (19) 3547.1282

Araras, 05 de Abril de 2019.

Elcio E. Rodrigues Júnior - Presidente Executivo

Dárcio Sebastião Carvalho – Diretor da Divisão de Compras, Licitações e Almoxarifado

AREIÓPOLIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE AREIÓPOLIS

Aviso de Licitação. Tomada de Preços n.º 03/2019. Processo n.º 373/2019. Edital Tipo: Menor Preço. Critério de julgamento: Global. Objeto: Contratação de empresa para a execução obra de infraestrutura para cabeceira de ponte na Rua Antonio Gonçalves da Silva, Centro/Conjunto Habitacional Nosso Teto de Areiópolis, conforme memorial descritivo, planilha orçamentária, cronograma físico – desembolso e aplicação de recurso e projeto completo, constantes do anexo I, que é parte integrante do presente edital, em atendimento ao Convênio 109/2016, firmado entre o município de Areiópolis e o Estado de São Paulo por intermédio da Casa Civil – Subsecretaria de Relacionamento com Municípios. Os envelopes serão recebidos até às 09:00 horas do dia 23/04/2019, na sede da Prefeitura Municipal de Areiópolis, localizada na Rua Dr. Pereira de Rezende, 230, Centro, CEP 18.670-000, telefone (14) 3846.9800. Edital: os documentos integrantes do edital, encontra-se disponíveis aos interessados no endereço eletrônico: www.areiopolis.sp.gov.br, no endereço acima mencionado e através do e-mail: areiopolis.licitacoes@bol.com.br. Publique-se. Areiópolis, 04/04/2019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Aviso de Licitação. Tomada de Preços n.º 04/2019. Processo n.º 374/2019. Edital Tipo: Menor Preço. Critério de julgamento: Global. Objeto: Contratação de empresa para a execução obras de drenagem de águas pluviais com galeria, bocas de lobo, guias e sarjetas, pavimentação em CBUQ e sinalização viária horizontal na Rua Antonio Gonçalves da Silva, Centro/Conjunto Habitacional Nosso Teto de Areiópolis, conforme memorial descritivo, planilha orçamentária, cronograma físico – desembolso e aplicação de recurso e projeto completo, constantes do anexo I, que é parte integrante do presente edital, em atendimento ao Convênio 109/2016, firmado entre o município de Areiópolis e o Estado de São Paulo por intermédio da Casa Civil – Subsecretaria de Relacionamento com Municípios. Os envelopes serão recebidos até às 14:00 horas do dia 23/04/2019, na sede da Prefeitura Municipal de Areiópolis, localizada na Rua Dr. Pereira de Rezende, 230, Centro, CEP 18.670-000, telefone (14) 3846.9800. Edital: os documentos integrantes do edital, encontra-se disponíveis aos interessados no endereço eletrônico: www.areiopolis.sp.gov.br, no endereço acima mencionado e através do e-mail: areiopolis.licitacoes@bol.com.br. Publique-se. Areiópolis, 04/04/2019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal.

ARTUR NOGUEIRA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARTUR NOGUEIRA

CONVITE Nº 001/2019 – REVOGAÇÃO

O Município de Artur Nogueira, estado de São Paulo, torna publico a REVOGAÇÃO do Convite nº 001/2019 (Revitalização da Praça Gov. Lucas Nogueira Garcez) tendo em vista interesse da administração publica, conforme consta nos autos. Artur Nogueira, 03 de Abril de 2019. IVAN CLEBER VICENSOTTI - Prefeito

PREGÃO PRESENCIAL Nº 012/2019 – REVOGAÇÃO

O Município de Artur Nogueira, estado de São Paulo, torna publico a REVOGAÇÃO do Pregão Presencial nº 012/2019 (Locação de maquinas equipamentos) tendo em vista interesse da administração publica, conforme consta nos autos. Artur Nogueira, 03 de Abril de 2019. IVAN CLEBER VICENSOTTI - Prefeito

TERMO DE HOMOLOGAÇÃO – PP 057/2018

O Município de Artur Nogueira, Estado de São Paulo, torna publico a homologação do Pregão Presencial nº 057/2018, cujo objeto é abertura de licitação para a contratação de pessoa jurídica na prestação de serviços de informática para o licenciamento de "solução tecnologica de gestão" - implantação, manutenção e suporte técnico para atender as necessidades dos setores da administração publica para a empresa: PRESCON INFORMATICA ASSESSORIA LTDA - CNPJ 01.221.551/0001-48 no valor de R$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais). Artur Nogueira, 04 de abril de 2019. ANDERSON LUIZ GUIDOTTI – Secretario Municipal de Administração.

O Município de Artur Nogueira, Estado de São Paulo, torna público o Extrato(s) de Contrato(s) e Ata(s) decorrente desta Prefeitura, conforme segue:

CONTRATO Nº 084/2017 – 2º TERMO DE PRORROGAÇÃO - DISPENSA DE LICITAÇÃO - PROC ADM Nº 2440-8/2017, tendo como partes Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): QUEROZ & SILVEIRA LTDA - ME. Objeto: Prorrogação contratual por até 12 (doze) meses compreendidos entre 03 de abril e 02 de abril de 2020, referente à contratação de empresa para atender às necessidades educacionais de menor, conforme determinação contida em sentença judicial de nº 1000321-72.2014.8.26.0666. Valor total: R$ 37.562,88 (trinta e sete mil, quinhentos e sessenta e dois reais e oitenta e oito centavos). Dotação orçamentária: 522-10.01.12.361.0036.2.049.339039.01.2200000. Data de assinatura: 26/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito

CONTRATO Nº 083/2017 – 2º TERMO DE PRORROGAÇÃO - DISPENSA DE LICITAÇÃO – PROC ADM Nº 0907-8/2017, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): QUEROZ & ZORZETTO LTDA – ME. Objeto: Prorrogação contratual por até 12 (doze) meses compreendidos entre 03 de abril e 02 de abril de 2020, referente à contratação de empresa para atender às necessidades educacionais de menor, conforme determinação contida em sentença judicial de nº 1000833-84.2016.8.26.0666. Valor total: R$ 37.562,88 (trinta e sete mil quinhentos e sessenta e dois reais e oitenta e oito centavos). Dotação orçamentária: 522-10.01.12.361.0036.2.049.339039.01.2200000. Data de assinatura: 26/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 043/2018 – TERMO DE PRORROGAÇÃO – PP Nº 006/2018 – PROC ADM Nº 8497-2/2017, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): LIGA DESPORTIVA DE ÁRBITROS DE ARTUR NOGUEIRA. Objeto: Prorrogação contratual por 05 (cinco) meses, com efeitos retroativos à data de 09 de março de 2019, com término previsto para o dia 08 de agosto de 2019, referente à contratação de empresa para prestação de serviços de arbitragem para os campeonatos municipais de futebol, futsal, voleibol, basquete e regionais da categoria de base. Valor total: R$ 13.570,85 (treze mil, quinhentos e setenta reais e oitenta e cinco centavos). Dotação orçamentária: 740-19.01.27.812.0009.2.013.339039.01.1100000. Data de assinatura: 28/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 092/2017 – 2º TERMO DE PRORROGAÇÃO – DISPENSA DE LICITAÇÃO – PROC ADM Nº 2774-0/2017, tendo como parte Locatário: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Locador (a): DAVIS RODRIGUES. Objeto: Prorrogação de contrato de locação não residencial pelo período de 12 (doze) meses com efeitos retroativos à data de 19/03/2019 e com término previsto para 18/03/2020, referente ao imóvel situado à Rua Santo Antonio, nº 221, Centro, para uso exclusivo do Conselho Tutelar, sendo vedada sua alteração sem o consentimento expresso dos locadores. Valor total: R$ 16.408,56 (dezesseis mil, quatrocentos e oito reais e cinquenta e seis centavos). Dotação orçamentária: 431-07.01.08.243.0014.2.028.339036.01.5100000. Data de assinatura: 26/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 059/2019 – INEXIGIBILIDADE - PROC ADM Nº 2654-0/2019, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): FARMALISA COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA - EPP. Objeto: Fornecimento de 23 (vinte e três) canetas desadoreas, com 80 (oitenta) doses cada, do medicamento CBD EVR PEN PREMIUM HEMP OIL 24% GOLD 10G, para posterior repasse à responsável de menor, conforme determinação judicial no processo de nº 1002592-83.2016.8.26.0666. Valor total: R$ 26.358,92 (vinte e seis mil, trezentos e cinquenta e oito reais e noventa e dois centavos). Dotação orçamentária: 390-06.05.10.301.0040.2.083.339091.01.3100000. Data de assinatura: 28/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 060/2019 – DISPENSA DE LICITAÇÃO - PROC ADM Nº 0870-4/2019, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): JOEL SCHNOOR DREIN FILHO 37337499876 - ME. Objeto: Contratação de empresa especializada e capacitada para executar serviços de limpeza diária, manutenção preventiva de motores, bombas e filtros, medição e controle de pH da piscina da Escola Modelo/ Monteiro Lobato, com fornecimento de material e insumos. Valor total: R$ 16.400,00 (dezesseis mil e quatrocentos reais). Dotação orçamentária: 27-02.01.04.122.0003.2.069.339039.01.1100000 . Data de assinatura: 28/03/2019 –Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 038/2018 – PP Nº 025/2017 - PROC ADM Nº 3573-3/2017, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): CIDADE DAS FLORES TRANSPORTES LTDA - ME. Objeto: Retificação das Cláusulas Primeira; Caput da Cláusula Terceira e Cláusula Sexta do contrato, referente ao total e dotações orçamentárias. Data de assinatura: 25/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 144/2017 – TERMO DE RETIFICAÇÃO – CHAMADA PUBLICA Nº 002/2017 - PROC ADM Nº 3567-6/2017, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): LÍVIA GASPARINI FRANCISCO - ME. Objeto: Retificação da qualificação da contratada que, a partir desta data passa a ser ADÁGIO ESCOLA DE DANÇA LTDA – ME, inscrita no CNPJ sob nº 15.038.429/0001-45, com sede à Rua Herminio José Mazotti, nº 154, Centro, Moji Mirim/SP, CEP 13.800-195. Data de assinatura: 03/04/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 015/2018 – RETIFICAÇÃO DO TERMO DE PRORROGAÇÃO - TERMO DE COLABORAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÃO DE SOCIEDADE CIVIL E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL – CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 006/2017 - PROC ADM Nº 8011-1/2017, tendo como parte Concedente: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Parceira Executora: ADRA CENTRAL – AGÊNCIA ADVENTISTA DE DESENVOLVIMENTO E RECURSOS ASSISTENCIAIS CENTRAL BRASILEIRA. Objeto: Retificação da Cláusula Primeira de referido termo, referente a prorrogação por 12 (doze) meses, compreendidos entre 30 de janeiro de 2019 e 31 de dezembro de 2019, oriundo do Chamamento Público de nº 006/2017, referente à prestação de serviços descrita no plano de trabalho ofertado pela Entidade Executora, que faz parte integrante deste Termo de Prorrogação. Data de assinatura: 02/04/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

CONTRATO Nº 061/2019 – DISPENSA DE LICITAÇÃO - PROC ADM Nº 0999-1/2019, tendo como parte Contratante: Prefeitura Municipal de Artur Nogueira e Contratado (a): INSTITURO DE CULTURA, DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL, PROMOÇÃO HUMANA E AÇÃO COMUNITÁRIA. Objeto: Contratação de empresa especializada e capacitada para elaboração e execução de concursos públicos e processos seletivos para a contratação de servidores. Vigência: 12 (doze) meses. Data de assinatura: 29/03/2019 – Artur Nogueira 04/04/2019 – Ivan Cleber Vicensotti – Prefeito.

ARUJÁ

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARUJÁ

RELAÇÃO DE CONTRATOS

Aditamento nº 01 de 26/03/2019 ao Contrato nº 2.898 de 20/03/2018; Contratante: PMA; Contratada: PORTO SEGURO COMPANHIA DE SEGUROS GERAIS Objeto: contratação de empresa seguradora para seguro total contra roubo, colisão, incêndio, danos corporais, danos materiais, assistência 24 horas com guincho. Fica aditado em R$ 1.573,95 (um mil quinhentos e setenta e três reais e noventa e cinco centavos). As despesas decorrentes do presente aditamento correrão por conta Nota de Empenho nº 1849/2019 e pela Funcional Programática: 02.03.02 04 123 0011 2115 3.3.90.39.69 Vigência de 12 (doze) meses.

Rerratificação nº 01 de 27/03/2019 ao Contrato nº 2.779 de 15/07/2016; Contratante: PMA; Contratada: EQUILIBRIO SERVIÇOS MÉDICOS ESPECIALIZADOS EIRELI Objeto: contratação de empresa especializada para serviços home care com os cuidados de profissional técnico em enfermagem. Fica rerratificado a cláusula terceira do termo de aditamento nº 05 para a correção do valor mensal R$ 4.850,48.

Aditamento nº 02 de 29/03/2019 do Contrato nº 2.815 de 31/03/2017; Locatária: PMA; Locador: Maria Ferreira de Almeida Morais, Juliana Almeida de Morais Sanches e Tenesinha de Almeida Morais Objeto: Locação de imóvel destinado ao centro de convivência da criança e do adolescente do Bairro Mirante; Fica aditado em R$ 22.800,00 (vinte e dois mil e oitocentos reais). As despesas decorrentes do presente aditamento correrão por conta Nota de Empenho nº 1964 a 1966/2019 e pela Funcional Programática: 02.07.02 08 244 0043 2172 3.3.90.36.15 Vigência de 12 (doze) meses.

Rerratificação nº 02 de 02/04/2019 ao Contrato nº 2.980 de 03/01/2019; Contratante: PMA; Contratada: SANTA CATARINA COMERCIAL EIRELI - ME Objeto: aquisição de veículos para a secretaria de saúde: micro ônibus urbano novo para transporte sanitário, ambulância tipo "A", furgão novo e ambulância Tipo "A", furgoneta nova. Fica o CNPJ da contratada para que passe a constar: 29.016.738/0001-29

Contrato nº 2.996 de 03/04/2019; Contratante: PMA, Contratada: PORTO SEGURO COMPANHIA DE SEGUROS GERAIS Objeto: contratação de empresa seguradora para seguro total contra roubo, colisão incêndio, danos corporais, danos materiais, assistência guincho 24horas Valor: R$ 1.819,41 (um mil oitocentos e dezenove reais e quarenta e um centavos); Vigência: 12 (doze) meses.

Contrato nº 2.997 de 03/04/2019; Contratante: PMA, Contratada. MARCOPOLO S/A Objeto: contratação de empresa especializada para aquisição de veículos acessíveis de transporte escolar diário de estudantes, denominado Ônibus Urbanos Escolar Acessível (ONUREA). Valor: R$ 548.100,00 (cento e quarenta e oito mil e cem reais); Vigência: 12 (doze) meses.

Prefeitura Municipal de Arujá, 04 de Abril de 2019.

ASSIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA

Ref.: Processo 037/19 - Pregão 026/19 - Registro de Preços para Aquisição de Concreto Usinado. Encerramento: 09:00 horas do dia 18/04/2019. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Rui Barbosa, 1066, Assis/SP), e no endereço http://www.assis.sp.gov.br. Informações: (18) 3322-2574.

Assis (SP), 04 de abril de 2019.

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA

Ref.: Processo 038/19 - Pregão 027/19 - Aquisição de Furgão Isotérmico. Encerramento: 09:00 horas do dia 22/04/2019. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Rui Barbosa, 1066, Assis(SP), e no endereço http://www.assis.sp.gov.br. Informações: (18) 3322-2574.

Assis (SP), 04 de abril de 2019.

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA

Ref.: Processo 039/19 - Pregão 028/19 - Locação de Catracas Eletrônicas de Bilhetagem. Encerramento: 09:00 horas do dia 23/04/2019. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Rui Barbosa, 1066, Assis(SP), e no endereço http://www.assis.sp.gov.br. Informações: (18) 3322-2574.

Assis (SP), 04 de abril de 2019.

José Apareido Fernandes - Prefeito

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

A FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, em atenção à Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, em seu art. 10 e seus parágrafos, DIVULGA para SORTEIO, no prazo de 10 (dez) dias, sendo marcada para o dia 18.04.2018 às 09h30min, a Subcomissão técnica para procedimento licitatório de serviços de publicidade: ANA LUISA ANTUNES DIAS, GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO, GLAUCIANA ELISE MONTEIRO NUNES, LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES, MARIA LIDIA DE MAIO BIGNOTTO, NELSON JOSÉ DE SOUZA BASTOS JUNIOR, PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL, PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS, RENAN DA CRUZ HIGASHI, SIDNEY DE PAULO. Assis, 05 de abril de 2019. Maria Salete P. S. Elias - Presidente da Comissão de Licitações.

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO VALE DO PARANAPANEMA

Ratificação/Revogação. Pregão Presencial 001/2019 - Proc. 001/2019. Registro de preços para serviço de carregamento de caminhão tipo carreta 03 eixos, com resíduos de pneus e de eletroeletrônicos. Licitação fracassada. Ratificado o encerramento do certame pela inexistência de proposta válida. Processo revogado.

Assis, 03 de abril de 2019. Eduardo Corrêa Sotana - Presidente.

Comunica abertura de licitação. Pregão Presencial 004/2019 - Proc. 004/2019. Registro de preços para serviço de carregamento de caminhão tipo carreta 03 eixos, com resíduos de pneus e de eletroeletrônicos. Tipo: menor preço por tarefa. Credenciamento e etapa de lances, a partir das 09h00min do dia 23 (vinte e três) de abril de 2019, Edital disponível no site www.civap.com.br. Informações: (18) 3323-2368.

Assis, 04 de abril de 2019. Eduardo Corrêa Sotana - Presidente.

AVANHANDAVA

PREFEITURA MUNICIPAL DE AVANHANDAVA

Tomada de Preços: 002/2019

Processo nº 025/2019

A Prefeitura Municipal de Avanhandava torna público que fará realizar a Tomada de Preços nº 002/2019, para contratação de empresa para construção de abrigo para frota de ônibus escolar, conforme projeto, planilha orçamentária, memorial descritivo e cronograma físico financeiro, constante do Anexo I. O cadastramento será realizado até as 16h00m do dia 24 de abril de 2019. Os envelopes de habilitação e de proposta deverão ser protocolados até as 10h00m do dia 29 de abril de 2019, sendo a abertura dos envelopes para as 10h15m do dia 29 de abril de 2019. Local: Prefeitura Municipal de Avanhandava/SP – EDITAL COMPLETO e ESCLARECIMENTOS: Praça Santa Luzia, 61 – Centro – CEP: 16.360-000 – Avanhandava/SP, Telefone (18) 3651 9200, ramal 215, no horário de expediente, bem como afixado no Paço Municipal e disponível no site oficial do município. Avanhandava/SP, 04 de abril de 2019. Ciro Augusto Moura Veneroni – Prefeito Municipal

AVARÉ

CÂMARA MUNICIPAL DE AVARÉ

EXTRATO DE EDITAL-Processo 06/2019-Pregão Presencial 03/2019-Data da realização: 18 de abril de 2019 às 9 horas A Câmara de Vereadores da Estância Turística de Avaré faz saber que se acha aberta licitação na modalidade Pregão (Presencial) do tipo MENOR PREÇO GLOBAL, cujo objeto é a contratação de empresa especializada para prestação de serviços contínuos destinados à impressão e reprografia corporativa de documentos, por meio de disponibilidade de equipamentos, incluindo manutenção e todo o material de consumo necessário para produção das impressões, exceto o papel, para uso da Câmara de Vereadores da Estância Turística de Avaré, conforme especificações constantes do Anexo I-Termo de Referência do edital, que estará disponível na Sede do Poder Legislativo e também poderá ser acessado pelo site: http://www.camaraavare.sp.gov.br INFORMAÇÕES: Câmara de Vereadores da Estância Turística de Avaré, Av. Gilberto Filgueiras, nº 1631, Alto da Colina, Avaré/SP, Fone:(14) 3711.3070 Cristiane Soares Hipólito - Pregoeira

BANANAL

PREFEITURA MUNICIPAL DE BANANAL

AVISO DE CHAMADA PUBLICA 01/19.OBJETO:aquisição de Leite Integral Tipo C da Agricultura Familiar e/ou do Empreendedor Familiar Rural, para o atendimento ao Programa Nacional de Alimentação Escolar/PNAE, conforme especificações contidas no Anexo, deste edital.INÍCIO:25/04/2019 ÀS 10H00min;INFORMAÇÕES. ENDEREÇO ELETRÔNICO WWW.BANANAL.SP.GOV.BR ou e-mail compras@bananal.sp.gov.br ou do site http://prefeituradebananal.blogspot.com.br/ DUVIDAS (012) 31169020 SETOR DE LICITAÇÕES

EDITAL DE CONVOCAÇÃO DO FÓRUM DE ELEIÇÃO DOS REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL PARA INSTITUIR O CONSELHO MUNICIPAL DA PESSOA IDOSA – CMDI, DO MUNICÍPIO DE BANANAL-SP

BIÊNIO 2019/2021

A eleição dos representantes da sociedade civil que integrarão o Conselho Municipal dos Direitos da Pessoa Idosa do Município de Bananal, biênio 2017/2019, se dará através do Fórum de Eleição, que será realizado no dia 24/04/2019 às 09h00, no Centro Cultural Carlos Cheminand, Bananal/SP.

As habilitações das entidades não-governamentais para participação de escolha dos representantes da Sociedade Civil para a composição do Conselho Municipal da Pessoa Idosa deverão ser realizadas no período de 04/04/2019 a 23/04/2019, das 08h às 14h, perante a Comissão Eleitoral do Conselho Municipal da Pessoa Idosa, em formulário próprio, na Rua Cel. João Ramos Nogueira Fragoso, 61, Centro, Bananal-SP.

Maiores informações no site www.bananal.sp.gov.br ou diretamente na Rua Cel. João Ramos Nogueira Fragoso, 61, Centro, Bananal-SP.

AVISO DE ERRATA

O Pregoeiro comunica aos interessados no edital do PP 16/19 a ALTERAÇÃO no dos seguintes itens:

No termo de referencia, lote 03, onde se lê Valor mensal: R$ 4036,00.

Leia se: Valor mensal: R$ 672,66.

Os demais itens permanecem inalterados.

BARRA BONITA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA BONITA

ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO DE LICITAÇÃO

Tendo em vista o resultado obtido no Pregão Presencial nº 023/2019, cujo objeto é o Pregão Presencial Para Registro de Preços, objetivando o fornecimento de papel sulfite A4, tudo conforme Anexo I - Proposta, na data de 03/04/2019, com a presença do Pregoeiro Oficial e da Equipe de Apoio desta Municipalidade, Homologo todo o procedimento, adjudicando o objeto, e autorizo a aquisição da empresa Gráfica e Editora Valente Fartura Ltda Me, no valor total de R$ 99.000,00, com todas as demais condições conforme edital. Barra Bonita, 04 de abril de 2019. José Luis Rici - Prefeito Municipal.

BARRETOS

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRETOS

A Prefeitura do Município de Barretos – SP, através da Secretaria de Negócios Jurídicos – Departamento de Licitações, torna público para conhecimento de interessados que está aberto processo licitatório na modalidade de Pregão Presencial nº 40/19, Edital nº 47/19 – Objeto: REGISTRO DE PREÇOS VISANDO a contratação de empresa especializada para prestação de serviços de execução de recuperação de pavimento recapeamento asfáltico em diversos locais da cidade, com fornecimento de mão de obra e equipamentos necessários para a realização dos serviços conforme especificações na planilha básica e termo de referencia em anexo deste Edital. O edital completo encontra-se à disposição dos interessados no site www.barretos.sp.gov.br. A sessão publica será realizada no Departamento de Licitações, na Rua Almirante Gago Coutinho n. 500, bairro Rios, Barretos – SP, com o recebimento das propostas e habilitação, pelo Pregoeiro e Equipe de Apoio, no dia 22/04/2019 às 09:00 horas. Maiores informações serão obtidas pelos telefones (17) 3321-1146. Barretos, 04 de abril de 2019. Leonice Trucolo – Auxiliar Administrativo.

BARUERI

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARUERI

Extrato de Termo Aditivo: Contrato: 121/2019 - Termo de 4º Aditamento ao Contrato nº 028/2018 – Contratante: Prefeitura do Município de Barueri – Contratada. INSTITUTO ÂNIMA – Objeto: Fica prorrogado por mais 12 (doze) meses, a prazo a que alude a Cláusula 5-5.1, do Contrato de Gestão nº 028/2018, no período de 01/03/2019 à 28/02/2020, sem alteração de metas e sem alteração do valor atualmente praticado, conforme Ofício nº 102/2019 – D.T.E.S., da Secretaria de Negócios Jurídicos, que fica fazendo parte integrante deste Termo. O valor do contrato para o período da prorrogação é de R$ 9.720.000,00; mantendo o valor do repasse mensal em R$ 810.000,00; que correrão por conta das seguintes dotações: 02.09.02.08.244.0033.2025-3390.3900 – O.R. 01; e dotação orçamentária específica para 2020; Permanecem em vigor as demais Cláusulas do Contrato de Gestão nº 028/2018, não expressamente alteradas pelo presente aditamento. – Assinatura: 21/03/2019.

PREGÃO ELETRÔNICO SUPRI Nº 031/2019 - DESPACHO DE ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

OBJETO: Aquisição e entrega de bolas oficiais de campo e futsal.

Em conformidade com a Ata da sessão e relatório técnico emitido pela Secretaria de esportes, ADJUDICO o objeto em favor das licitantes vencedoras abaixo descritas, sendo:

Itens 01, 03, 04, 05, 07 e 08: Marcelo Moreno Lopes ME.

Itens 02 e 06: Pluma Plus Sport Comercial LTDA.

C L. FEMA
Fls. nº 10

C L. FEMA
Fls. nº 11

B4 | Ed

O ESTADO DE S. PAULO

Foi vencedor

Foi vencedo

Foi vencedo

GISELE CENAMO
Pregoeira - PR/SP

INTERESSADO: GRAZIELA MASON
PROCEDIMENTO DE RETIFICAÇÃO - PROTOCOLO 700.307
IMÓVEL: Avenida Mandaqui, 252 e 260 - Matrícula nº 47.915, desta Serventia.

EDITAL DE NOTIFICAÇÃO

O OITAVO OFICIAL DE REGISTRO DE IMÓVEIS DESTA COMARCA DA CAPITAL DO ESTADO DE SÃO PAULO, no procedimento de retificação de registro acima identificado, vem notificar: MIGUEL PASSARELLI, CPF: 108.624.808-25 e/ou IZABEL LOPES PASSARELLI; CARLOS ALBERTO RUBIO, CPF nº 116.199.368-10; CLAUDIA RUBIO VENANCIO, CPF nº 134.424.828-44; MARCOS ANTONIO VENANCIO, CPF nº 094.008.868-10; NOEMI RUBIO VENANCIO, CPF nº 938.836.527-76; MARTA DE CASSIA RUBIO BRITO, CPF nº 146.320.938-07 e/ou MARCELO BRITO, CPF nº 182.722.138-00 e/ou DEBORA REGINA RUBIO MARTINEZ, CPF nº 296.238.828-07 e/ou EDUARDO MARTINEZ JUNIOR, CPF nº 187.103.188-52, na qualidade de confrontantes do imóvel retificando, para se manifestar, querendo, dentro do prazo de 15 dias, contados da primeira publicação deste Edital, a respeito da retificação pretendida. Maiores informações ou manifestação deverá ser apresentada nesta Serventia, no horario de expediente das 9 às 16 horas, na Rua Bento Freitas, 256, República. Alerta: se não houver manifestação expressa, no prazo legal, importará anuência para todos os fins de direito. Dado e passado nesta Capital do Estado de São Paulo, aos sete dias do mês de março do ano de dois mil e dezenove. Rodrigo Haberbeck dos Santos - escrevente

fema
Fundação Educacional do Município de Assis

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

A FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, em atenção à Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, em seu art. 10 e seus parágrafos, DIVULGA para SORTEIO, no prazo de 10 (dez) dias, sendo marcada para o dia 18.04.2018 às 09h30min, a Subcomissão técnica para procedimento licitatório de serviços de publicidade: ANA LUISA ANTUNES DIAS, GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO, GLAUCIANA ELISE MONTEIRO NUNES, LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES, MARIA LÍDIA DE MAIO BIGNOTTO, NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR, PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL, PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS, RENAN DA CRUZ HIGASHI, SIDNEY DE PAULO.

Assis, 05 de abril de 2019.
Maria Salete P. S. Elias - Presidente da Comissão de Licitações

Cooperativa de Crédito Mútuo dos Empregados e Servidores da Dersa, Secretaria Estadual de Logística e Transportes e Órgãos Subordinados do Estado de São Paulo - Sicoob Cooptransp
Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária - Edital de Convocação

O Diretor Presidente da Cooperativa de Crédito Mútuo dos Empregados e Servidores da Dersa, Secretaria Estadual de Logística e

Ot
tro
Al
https://www.
Edital: encontra-se disponível no endereço

ATA DE SORTEIO PÚBLICO EM OBSERVÂNCIA A LEI FEDERAL 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010 – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS:

Aos dezoito dias do mês de abril de dois mil e dezenove às nove horas e trinta minutos, na sala de reuniões da Diretoria Executiva, com a presença do Sr. Diretor Executivo da pasta respectiva, na presença dos seguintes membros da Comissão de Licitações da FEMA: Sra. Maria Salete Porto Steiger Elias - Presidenta, Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo, Fernando Miranda Rosa, Felipe Leonardo Miguel Ferreira, Filipe Max de Oliveira Souza e Eduardo Aparecido de Souza, decorrido o prazo de 10 (dez) dias da publicação dos nomes a serem sorteados para compor a subcomissão técnica, preconizada pelo artigo 10, § 4º, da Lei 12.232/2010, se deu em sessão pública, sorteio, mediante escolha aleatória de nomes, indicados em registro oculto (papel contendo nome, devidamente dobrado e grampeado), os seguintes membros: ANA LUISA ANTUNES DIAS, GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO, GLAUCIANA ELISE MONTEIRO NUNES, LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES, MARIA LÍDIA DE MAIO BIGNOTTO, NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR, PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL, PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS, RENAN DA CRUZ HIGASHI, SIDNEY DE PAULO. Após a realização do sorteio, a subcomissão técnica ficou composta pelos seguintes membros: ANA LUISA ANTUNES DIAS, GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO, PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL, LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES, NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR e PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS. Seguem os autos, devidamente instruídos para publicação da portaria de nomeação dos membros. Por fim a Presidente da Comissão Permanente de Licitação declarou encerrada a sessão, da qual

C L. FEMA
Fls. nº 138

para constar, lavrou-se a presente Ata, que será subscrita pelos dignos membros desta Comissão de Licitações.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

A Comissão:

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente

Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo
Secretária

Eduardo Aparecido de Souza
Membro

Felipe Leonardo Miguel Ferreira
Membro

Filipe Max de Oliveira Souza
Membro

Fernando Miranda Rosa
Membro

C L. FEMA
Fls. nº 143

Assis, 22 de abril de 2019.

Á

DIRETORIA EXECUTIVA

Ref.: Contratação de Serviços de Publicidade

Prezado Senhor:

Encaminhamos anexa cópia da Ata de Sessão Pública de sorteio dos nomes para formação de subcomissão técnica, em observância a Lei 12.232/2010, para elaboração e publicação da Portaria de nomeação da Subcomissão Técnica, para que possamos dar continuidade na realização do processo licitatório para contratação de CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Atenciosamente,

MARIA SALETE PORTO STEIGER ELIAS
PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES

C L. FEMA
Fls. nº 15

PORTARIA N. 04, DE 23 DE ABRIL DE 2019

Constitui e nomeia Subcomissão Técnica de Licitações

O Diretor Executivo da Fundação Educacional do Municipio de Assis - FEMA, no uso das atribuições que lhe conferem o Estatuto, **RESOLVE:**

ARTIGO 1º - Constituir e nomear a **Subcomissão Técnica** para atuação conjunta com a Comissão de Licitações, no processo licitatório de Contratação de Agência de Publicidade, com os seguintes membros:

- ✓ Ana Luisa Antunes Dias;
- ✓ Gisele Maria Silveira Constantino;
- ✓ Leonice Martins Funari Simões;
- ✓ Nelson José de Souza Bastos Júnior;
- ✓ Paulo Henrique de Barros Miguel; e
- ✓ Phillipe Theodor dos Santos.

ARTIGO 2º - Essa portaria entrará em vigor nesta data, revogando-se as disposições em contrário.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

J:\fema\Portaria\Diretoria\2017_2020\2019\04_SubcomissãoTécnica_Licitações.doc/VFBM

SERVIÇO MUNICIPAL DE ÁGUAS E ESGOTOS DE MOGI DAS CRUZES - SEMAE

AVISO DE LICITAÇÃO

O **SERVIÇO MUNICIPAL DE ÁGUAS E ESGOTOS - SEMAE**, por intermédio do Senhor Diretor Geral, torna público, para conhecimento das empresas interessadas, observada a necessária qualificação, que está promovendo a seguinte licitação, na modalidade **"PREGÃO"**:

EDITAL Nº 015/2019 PROCESSO Nº 200.656/2019

OBJETO: Registro de preços para a aquisição de artefatos de concreto e tijolos de barro.

Os envelopes "PROPOSTA COMERCIAL" e "HABILITAÇÃO" serão recebidos e abertos pela Pregoeira, no Departamento de Gestão de Bens e Serviços, na Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, 277 - 1º andar, (Edifício - Sede da Prefeitura Municipal), **às 14 horas do dia 07 de maio de 2019.** O Edital e seus anexos encontram-se à disposição para download no site da Prefeitura (http://www.licitacao.pmmc.com.br/portal_licitacoes/). O edital poderá ser examinado e adquirido no endereço acima, para tanto, o interessado deverá trazer Pen Drive para permitir a gravação dos arquivos.

Mogi das Cruzes, em 22 de abril de 2019.

GLAUCO LUIZ SILVA
Diretor Geral

BANCO CSF S.A.

NIRE nº 35.300.334.710 - CNPJ/MF nº 08.357.240/0001-50

Extrato da Ata de Reunião do Conselho de Administração

Data, Hora e Local: 17/12/2018 às 10 horas, na sede, Avenida Dr. Chucri Zaidan, nº 296, Edifício Torre Z, 19º e 20º andar-parte, São Paulo/SP. **Presença:** maioria dos membros do Conselho de Administração. **Convocação:** Dispensada. **Mesa:** Noël Frédéric Georges Prioux - Presidente; Renata Miziés de Barros - Secretária. **Deliberações Aprovadas por Unanimidade: (i)** tomaram ciência dos pedidos de renúncia do Sr. **Rodrigo Tremante**, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG nº 23.409.242-7 e CPF/MF nº 248.761.428-58, residente em São Paulo/SP, (a) da Diretoria, onde ocupava a posição de Diretor Financeiro, e (b) do Comitê de Auditoria onde ocupava a posição de Especialista Financeiro, permanecendo os cargos vagos, até a indicação e eleição de um novo substituto pelo Conselho de Administração; **(ii)** destituição do Sr. **Ricardo Kaoru Inada**, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG nº 20.082.209-3 e CPF/MF nº 136.650.078-44, residente em São Paulo/SP, do cargo de membro do Comitê de Auditoria; e **(iii)** eleição do Sr. **Roberto Sadami Ikegami**, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG nº 16.748.647-0 e CPF/MF nº 152.771.228-18, residente em São Paulo/SP, para o cargo de membro do Comitê de Auditoria. O membro do Comitê de Auditoria, declara que não está condenado a crime, que veda, ainda que temporariamente, o exercício de atividades mercantis, e apresentou os documentos comprobatórios do atendimento das condições prévias de elegibilidade previstas nos Artigos 146 e 147 da Lei nº 6.404/76 e na regulamentação vigente, em especial nas Resoluções nºs 3.198/04 e 4.122/12, ambas do Conselho Monetário Nacional e será investido no cargo após a homologação de sua eleição no Banco Central do Brasil; A composição do Comitê de Auditoria passa a ser: **(a)** Presidente do Comitê de Auditoria: Paula Magalhães Cardoso Florez Chaves; **(b)** Especialista Financeiro do Comitê de Auditoria: cargo vago; **(c)** Membro do Comitê de Auditoria: Roberto Sadami Ikegami. **Encerramento:** Nada mais, lavrou-se a ata. São Paulo, 17/12/2018. **Mesa:** Noël Frédéric Georges Prioux, Presidente; Renata Miziés de Barros, Secretária. **Membros do Conselho de Administração:** Noël Frédéric Georges Prioux, Marco Aparecido de Oliveira, Adriano Maciel Pedroti, Luis Fernando Staub, Sebastien Durchon e Caroline Maitè Antin Seilles. **Renata Miziés de Barros** - Secretária da Mesa. JUCESP nº 202.525/19-3 em 11/04/2019. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.

CAU/SP

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
Conselho de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo

AVISO DE LICITAÇÃO

Edital de Pregão Eletrônico nº 009/2019
Menor Preço Global
UASG: 926.507

Proc.Adm. nº 021/2019, Pregão Eletrônico nº 009/2019, Objeto: Contratação de empresa

Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Fiação e Tecelagem, de Malharia e Meias, de Tinturaria, Estamparia e Lavanderia do Segmento de Escala Produtiva do Setor Têxtil e Demais Empresas de Beneficiamento de Linhas, Fios, Tecidos e Não Tecidos, de Fibras Naturais, Artificiais e Sintéticas, nas Indústrias de Beneficiamentos e Acabamentos de Artigos de Confecções de Cama, Mesa e Banho e Produtos Industrializados; de Estofamentos e Acabamentos Internos de Veículos e de Confecção de Colchões; de Costura e Confecção Industrial não Destinada ao Vestuário de Santa Bárbara D'Oeste. Edital de Convocação – Assembléia Geral Extraordinária. O Presidente da entidade supra, inscrita no CNPJ sob nº. 56.725 377/0001-82, convoca todos os associados em gozo de seus direitos sociais desta entidade, com exceção dos associados Contribuinte Diferenciado, para participarem da AGE a ser realizada no dia 29/04/2019 às 15h à Rua Joaquim de Oliveira, 806, Centro, CEP 13.450-040, Santa Bárbara d'Oeste/SP, para deliberarem sobre alterações no Estatuto Social e no Processo Eleitoral desta entidade. Não havendo número legal de associados em 1ª convocação (maioria absoluta), a Assembléia realizar-se-á em 2ª convocação, meia hora após, no mesmo dia e local, com qualquer número de associados convocados presentes. Santa Bárbara d'Oeste/SP, 22/04/2019 – Cláudio Peressim – Presidente

AMIL ASSISTÊNCIA MÉDICA INTERNACIONAL S.A.

CNPJ nº 29.309.127/0001-79 - NIRE 35.3.00378148

EDITAL DE CONVOCAÇÃO - ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA

Ficam os Senhores Acionistas da Amil Assistência Médica Internacional S.A. ("Companhia") convidados a se reunirem em Assembleia Geral Ordinária a ser realizada no dia 30 de abril de 2019, às 10:00 horas na sede social da Companhia, no 8º andar da Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos nº 105, Torre B, Empreendimento EZ Towers, Vila São Francisco, CEP 04711-904, para deliberar sobre a seguinte ordem do dia: (i) Tomar as contas dos administradores, examinar, discutir e deliberar sobre o relatório da administração, as demonstrações financeiras e o parecer dos auditores independentes da Companhia relativos ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2018; (ii) Deliberar sobre a proposta da administração para contabilização do resultado apurado no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2018; (iii) Aprovar a eleição dos Diretores da Companhia; e (iv) Fixar o montante global de remuneração dos Diretores da Companhia para o exercício de 2019. Informações Gerais: Os acionistas deverão apresentar na sede da Companhia, com no mínimo 48 (quarenta e oito) horas de antecedência, além do documento de identidade e/ou atos societários pertinentes que comprovem a representação legal, conforme o caso: o comprovante de titularidade de ações de emissão da Companhia e o instrumento de mandato com reconhecimento da firma do outorgante.

São Paulo, 19 de abril de 2019
Claudio Luiz Lottenberg – Presidente

fema

Fundação Educacional do Município de Assis

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS – FEMA

A FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, em atenção à Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, em seu art. 10 e seus parágrafos, COMUNICA os membros sorteados para compor a Subcomissão técnica para procedimento licitatório de serviços de publicidade ANA LUISA ANTUNES DIAS, GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO, PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL, LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES, NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR e PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS.

Assis, 22 de abril de 2019.
Maria Salete P. S. Elias - Presidente da Comissão de Licitações

CENTRO DE DETENÇÃO PROVISÓRIA DE VILA INDEPENDÊNCIA

Encontra-se aberto no **CENTRO DE DETENÇÃO PROVISÓRIA DE VILA INDEPENDÊNCIA**, licitação na modalidade **PREGÃO ELETRÔNICO** de nº 001/2019CDVI, **Processo** nº 088/19CDVI, destinado à **Prestação de serviços de Nutrição e Alimentação para presos e** funcionários do Centro de Detenção Provisória de **Vila Independência para o período de 15 meses**, do tipo menor preço, a realização da sessão será por meio eletrônico, através do site da bolsa eletrônica **de compras**, no dia: **07/05/2019** - às 10 horas, oferta de compra nº 380171000012019oc00000. O edital na íntegra se encontra disponível no site do pregão (www.pregao.sp.gov.br), site da bolsa eletrônica de compras (www.bec.sp.gov.br) e no site www.imesp.com.br opção negócios públicos. Demais informações através do fone: (11) 2272-5517/2272-6866 ou e-mail: adm@cdvi.sap.sp.gov.br.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU

NOTIFICAÇÃO DE ABERTURA DE LICITAÇÃO

Edital nº 116/19 – **Processo nº** 80.053/18 – **Modalidade:** Pregão Eletrônico nº 092/19 – **Do Tipo Menor Preço por Lote – DIFERENCIADA NO MODO COTA RESERVADA PARA ME E EPP – Objeto: AQUISIÇÃO DE DIVERSOS MATERIAIS DE ESCRITÓRIO SENDO CLIPS, COLAS, COLCHETES, CORRETIVOS, ESCALÍMETRO, ESQUADROS, ESTILETES, ETIQUETAS, FORMULÁRIO CONTÍNUO E SACO PLÁSTICO TRANSPARENTE, PELO SISTEMA DE REGISTRO DE PREÇO – Interessado:** Secretarias Municipais, Gabinete do Prefeito, 12ª Grupamento de Bombeiros, DAE, FUNPREV E FMDURB. **Data do Recebimento das propostas: até às 09h do dia 10/05/19. Abertura da Sessão: 09h do dia 10/05/19.** Informações e edital na Secretaria da Administração/Divisão de Licitações, sito na Praça das Cerejeiras, 1-59, Vila Noemy – 2º andar, sala 10 - CEP. 17.014-900 – Bauru/SP, no horário das 08h às 12h e das 13h às 17h e fones (14) 3235-1337 ou através de **download** gratuito no site **www.bauru.sp.gov.br**, ou através do site **www.bec.sp.gov.br**. **Oferta de Compra 820900801002019OC00125** onde se realizará a sessão de pregão eletrônico, com os licitantes devidamente credenciados.

Bauru, 22/04/2019 – Talita Cristina Pereira Vicente – Diretora da Divisão de Licitações.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU

NOTIFICAÇÃO DE ABERTURA DE LICITAÇÃO

Edital n.º 523/2018 - **Processo n.º** 65.842/2018 - **Modalidade:** Concorrência Pública nº 20/2018 - Regime de Empreitada Por Preço Global - **Tipo:** Menor Preço Global - **Objeto: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA EXECUÇÃO DA REFORMA E AMPLIAÇÃO DO PRÉDIO DA EMEF SANTA MARIA SITUADA À RUA PRESIDENTE KENNEDY, N.º 19-97 – VILA CARDIA - CEP 17013-221 – CENTRO - BAURU/SP, CONFORME MEMORIAL TÉCNICO, PROJETOS E PLANILHAS ANEXOS**, com o fornecimento de materiais, mão-de-obra, equipamentos e tudo o mais que se fizer bom e necessário para a execução dos serviços em conformidade com as especificações e normas oferecidas pela Secretaria Municipal de Planejamento. **Interessada:** Secretaria Municipal da Educação. Para ser admitido à presente Concorrência Pública, na condição de Licitante, deverá o interessado entregar na **Div. de Compras e Licitações**, na sala de licitações localizada na Rua Raposo Tavares, 8-48 - Vl. Santo Antonio – CEP. 17013-031- Bauru/SP, **até as 09h do dia 03/06/2019**, os envelopes a que se refere o item 8.1 do Edital. Mesmo local e horário da sessão pública de abertura dos envelopes referentes à documentação de habilitação. O Edital de licitação poderá ser adquirido no site da Prefeitura (www.bauru.sp.gov.br), até o dia **02/06/2019.**

Bauru, 22/04/2019 - Rodrigo Gutierrez Boicenco - Dir. da Divisão de Compras e Licitações - SME.

SENAI

AVISO DE LICITAÇÃO

O Departamento Regional de São Paulo do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) comunica a abertura da licitação:

C L. FEMA
Fls. nº 168

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

ERRATA

Ref.: Ao Comunicado dos membros sorteados para compor a Subcomissão Técnica para procedimento licitatório de serviços de publicidade.

O Diretor Executivo da Fundação Educacional do Município de Assis, no uso de suas atribuições legais, torna público e oficializa a presente "ERRATA" a publicação realizada no dia 23/04/2019, conforme a seguir:

Onde se lê: Assis, 19 de abril de 2018.
Leia-se: Assis, 19 de abril de 2019.

Assis, 25 de abril de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

HOSPITAL ALEMÃO OSWALDO CRUZ

CNPJ N.º nº 726.502/0001-26

Edital de Convocação

São convocados, nos termos do parágrafo único do artigo 27, do seu Estatuto Social, os associados do **Hospital Alemão Oswaldo Cruz**, a se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária, a realizar-se às 14:00 horas do dia 07 de maio de 2019, em terceira convocação, na sede social da Associação, na Rua João Julião, 331, no Anfiteatro localizado no bloco E, a fim de deliberarem sobre a seguinte ordem do dia: 1) Alteração parcial dos artigos 30, 31, 33, 37, 38, 40 e 47 do Estatuto Social, com a finalidade de adequá-lo às melhores práticas de Governança Corporativa. São Paulo, 23 de Abril de 2019. Julio Muñoz Kampff - Presidente do Conselho Deliberativo.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

A COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTES

Convida o público interessado a participar da Audiência Pública que esta Comissão realizará ao projeto de lei abaixo relacionado, em atendimento ao requerimento 05/2019 de autoria do ver. Toninho Vespoli.

- PL 584/2018 - TONINHO VESPOLI, EDUARDO MATARAZZO SUPLICY - DENOMINA "UNIDADE BÁSICA DE SAÚDE JOANA SARTO DOMINGUITO", A UBS VILA EMA, LOCALIZADA NA RUA GUSTAVO STACH, Nº 137, BAIRRO VILA EMA NO DISTRITO DE SÃO LUCAS, PREFEITURA REGIONAL DE VILA PRUDENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Data: 29/04/2019

Horário: 19h00

Local: Paróquia Nossa Senhora Aparecida e São Luciano; Av. Vila Ema, 3351 - Vila Ema, São Paulo-SP.

EDITAL DE INTIMAÇÃO

PAULO ADEMIR MONTEIRO, OFICIAL SUBSTITUTO DO 15º REGISTRO DE IMÓVEIS DA COMARCA DA CAPITAL DO ESTADO DE SÃO PAULO FAZ SABER, que **PAULO ANDRÉ CORRÊA DE ARAUJO**, RG nº 14.339.857-X SSP/SP, CPF/MF nº 126.157.608-07, pelo presente edital fica intimado, para que no prazo de 15 dias, a fluir após 3 dias da publicação deste edital, compareça a este Registro de Imóveis situado na Rua Conselheiro Crispiniano, nº 29, 4º andar, das 9h às 15h, de segunda a sexta-feira, para fins de cumprimento das obrigações contratuais de pagamento, firmado com os credores fiduciários **MARIA FERNANDA ASSIS DAROS DORILEO, PEGASUS INVESTIMENTOS LTDA e AFP ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS LTDA**, registrado sob nº 06, na matrícula nº 210.487, deste Registro, relativo as prestações vencidas e não pagas, e as demais que se vencerem até o efetivo pagamento, além das despesas de cobrança e intimação, sob pena de que o não cumprimento da referida obrigação no prazo ora estipulado garante o direito de consolidação da propriedade do imóvel em favor do Credor fiduciário, nos termos do artigo 26, parágrafo 7º da Lei 9.514/97. Dado e passado nesta Cidade de São Paulo, 24 de abril de 2019. O Oficial Substituto.

fema

Fundação Educacional do Município de Assis

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

ERRATA

Ref.: Ao Comunicado dos membros sorteados para compor a Subcomissão Técnica para procedimento licitatório de serviços de publicidade.

O Diretor Executivo da Fundação Educacional do Município de Assis, no uso de suas atribuições legais, torna público e oficializa a presente "ERRATA" a publicação realizada no dia 23/04/2019 conforme a seguir:

Onde se lê: Assis, 22 de abril de 2018.

Leia-se: Assis, 22 de abril de 2019.

Assis, 25 de abril de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves

Diretor Executivo

ZANIA PARTICIPAÇÕES S.A.

CNPJ nº 31.035.548/0001-09 - NIRE nº 35300519205

Extrato da Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, hora e local: Aos 19/02/2019, às 10h, na sede da Companhia. **Presença:** Totalidade do capital. **Mes** Presidente: Kazunari Matsuhashi. Secretário: Caoni Farias Ponchio. **Convocação:** Dispensada. **Deliberaçõe** **1.** Conhecer e aprovar a renuncia dos Diretores sem designação específica, os Srs. **Maximiliano José Ranza** Garcia, RG 34.715.849-3 SSP/SP e CPF 222.429.398-40; e **Gustavo França Pianucci**, RG 41.119.577-3 SS SP, CPF 362.762.708-30. **2.** Eleger o Sr. **Kazunari Matsuhashi**, RNE V789234-T, CPF 235.232.328-21, pa o cargo de Diretor Presidente; e os Srs. **Alexandre Carmona Côrtes**, RG 502.358-0 M.M./RJ e CPF 043.970.25 70; **Caoni Farias Ponchio**, RG 28.744.507-0, CPF 313.388.748-37; e **Kenji Chikaraishi**, RNE W344094- CPF 143.041.116-09, para os cargos de Diretores sem designação específica, todos com mandato de 2 an **3.** Os Diretores ora eleitos renunciam a qualquer tipo de remuneração. **4.** Alterar o endereço da sede: *"Arti 2º. A Companhia tem sua sede, foro e domicílio na cidade e Estado de SP na Av. Paulista, 1842, Torre Nor 23º andar (parte), 01310-923, e poderá instalar, alterar e encerrar filiais, depósitos e agências em outras praç do País e do exterior mediante deliberação da Assembleia Geral."* **Encerramento:** Lavrou-se a ata, aprova pela unanimidade. São Paulo, 19/02/2019. **Kazunari Matsuhashi** - Presidente. **Caoni Farias Ponchi** Secretário. **JUCESP** - 198.491/19-0 em 05/04/19. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.

C.L. FEMA
Fls. nº 18

C L. FEMA
Fls. nº 197

Assis, 23 de abril de 2019.

À

Assessoria Jurídica da FEMA

Para cumprimento da exigência contida do parágrafo único do artigo 38 da Lei n.º 8.666/93, encaminhamos em anexo, para exame dessa assessoria Jurídica, minuta de edital de Concorrência Pública, para a *CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.*

Solicitando a análise da minuta em regime de **urgência**, subscrevemo-nos,

Maria Salete Porto Steiger Elias
Supervisora da Seção de Materiais

C L. FEMA
Fls. nº 203

MINUTA

EDITAL Nº XXX/2019

PROCESSO LICITATÓRIO Nº XXX/2019

CONCORRÊNCIA Nº XXX/2019

TIPO DA LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

REGIME DE EXECUÇÃO: PREVISTO NA LEI N. 12.232/2010 E LEI 8.666/93

DATA DE ABERTURA: XX/XX/2019 às XXH.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Esta licitação atende ao pedido do Diretor Executivo da FEMA.

A Comissão de Licitações da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, Estado de São Paulo, designada pela Portaria nº 02 de 07 de janeiro de 2019, no uso de suas atribuições legais, comunica a abertura do processo licitatório na modalidade CONCORRÊNCIA por TÉCNICA e PREÇO, cujo objeto é a contratação descrita neste edital, que integra o presente Edital.

1 – DO OBJETO

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. Não poderão participar da licitação empresas reunidas em consórcio; empresas suspensas de licitar ou impedidas de contratar com a FEMA, enquanto durar a suspensão ou o impedimento; e, empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo

determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação.

2.2. A contratada não poderá subcontratar o objeto desta licitação.

3. RETIRADA DO EDITAL

3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada no endereço junto a Comissão de Licitações da FEMA, na Avenida Getúlio Vargas, 1200, ou pelo site www.fema.edu.br.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Os recursos, impugnações, esclarecimentos e demais petições relacionadas ao presente edital e à licitação em pauta deverão ser protocolizados junto a Comissão de Licitações da FEMA, na Avenida Getúlio Vargas, 1200, Assis (SP).

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. A licitante poderá designar apenas 01 preposto para representá-la na reunião de licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do Anexo 01, e deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica, com base no briefing fictício – ANEXO 7 estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS e SUBQUESITOS

I – Plano de Comunicação publicitária

- Raciocínio Básico
- Estratégia de Comunicação Publicitária
- Ideia Criativa
- Estratégia de Mídia e Não Mídia

II – Capacidade de Atendimento

III – Repertório

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing fictício – ANEXO 7 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter

informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

II. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

6.2.1. Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da FEMA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos

comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.2.

6.2.3.2. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;

c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

6.2.3.2.1. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

6.2.3.2.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas

capturas de vídeo.

6.2.3.2.3. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.2.3.2.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard animados, animatics, apresentados em DVD ou CD, executáveis no formatos universais, a exemplo de protótipos e monstros deverão sistema operacional Windows, ser nos:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado o disposto no subitem 8.2.2.,II.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia:

6.2.4.1.1. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.2.4.2. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

I - FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

I – caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.

III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento "simples" entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto.

VIII – texto enumeração de páginas em fonte "arial", cor "automático", tamanho "12 Pontos";

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia, não têm limitação quanto ao número de páginas.

6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;

II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2, II;

6.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos";

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.3 A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação 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;

a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da FEMA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, a pesquisa de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da FEMA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial", tamanho

"12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6.3.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

III – REPERTÓRIO

6.4. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de janeiro de 2010.

II – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

III – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

IV – as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a FEMA seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte "arial", tamanho"12 pontos", com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças

neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem **6.4.1** implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3, III.

6.4.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de janeiro de 2010.

6.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 9.3, IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a FEMA seja ou tenha sido signatária.

6.5.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas

páginas.

6.5.3.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos)

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5 deverão ser formatadas em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial" tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 03 deste edital.

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;

II – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

III – A proposta deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

IV – A proposta deverá ainda conter as declarações constantes do Anexo 02.

7.2. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.3. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2, 8.3 e 8.4 e a Proposta de Preço, no invólucro n. 4, conforme subitem 8.5, na data, hora e local indicados no tópico "reunião de licitação" do preâmbulo deste Edital.

8.1.1. O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pela FEMA mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail compras@femanet.com.br, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 17h, e retirado no endereço Avenida Getúlio Vargas, 1200 Assis (SP).

8.1.1.1. O invólucro n. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros n. 2, n. 3 e n. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

MINUTA

ATENÇÃO: O invólucro n. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO N. 1

8.2. No invólucro n. 1, invólucro padronizado fornecido pela FEMA, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – ***Via Não Identificada***, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, "a".

8.2.1. O invólucro n. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro n. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:

I - Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2

II - Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro n. 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem 12.8.2. o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO N. 2

8.3. No invólucro n. 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, "b".

8.3.1. O invólucro n. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 02

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS

CONCORRÊNCIA N.º XXX/2019

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO N. 3

8.4. No invólucro n. 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5.

8.4.1. O invólucro n. 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 03
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS
CONCORRÊNCIA N.º XXX/2019
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro n. 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

INVÓLUCRO N. 4

8.5. O invólucro n. 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N. 04
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e peso 0,20 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão de Licitação, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – Plano de Comunicação Publicitária

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

I - o desafio de comunicação

II - as necessidades de comunicação da FEMA para enfrentar o desafio de comunicação.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

I - Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da FEMA e ao desafio de comunicação;

II - Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

III - Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da FEMA com seus públicos;

IV - Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;

V - Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta

VI - Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da FEMA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos, geral e

específicos, de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

I - Adequação ao desafio de comunicação;

II - Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

III - Adequação ao universo cultural do público-alvo

IV - Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

V - Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

VI - Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

VII - Pertinência às atividades de comunicação da FEMA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

VIII - Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

IX - Exequibilidade das peças e ou do material;

X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

I - Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;

II - Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

III - Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (9.2,I,d,"I" e "II");

IV - Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da FEMA;

V - Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

VI - Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da FEMA;

d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre a FEMA e a licitante, esquematizado na proposta;

f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da FEMA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III – REPERTÓRIO

a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

a) Evidência de planejamento publicitário;

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

a) Raciocínio Básico: 10 (dez);

b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte);

c) Ideia criativa: 10 (dez);

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 25 (vinte e cinco).

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos intervalor de 0,5 (meio) ponto.

9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

9.3.3. A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

9.3.3.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

9.3.4. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II - Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

IV – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

9.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta

Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, no subquesito estratégia de mídia e não mídia.

9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9 ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica, que é a detentora da maior nota técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

9.8.1. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, I:

I - maior desconto: 100 pontos

II - segundo maior desconto: 80 pontos

III - terceiro maior desconto: 60 pontos

IV - demais descontos: 40 pontos

9.8.2. Será considerada a melhor proposta comercial aquela detentora da maior pontuação através dos critérios acima (NFPC).

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS.

9.9. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto

no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

PF = (NFPT X 0,80) + (NFPC X 0,20)

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

9.9.1. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota ao quesito da proposta técnica: estratégia de mídia e não mídia.

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no ítem 9.9.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.9.3. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

9.9.4. Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada (com maior numero de pontos) no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n. 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N. 5

FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS

CONCORRÊNCIA N.º XXX/2019

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

10.2.1. O invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados em original, ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou em cópia autenticada por cartório competente, ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

10.3. Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

I – registro comercial, em caso de empresa individual;

II – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

III – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;

IV – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.4. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** são:

I - prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da

Fazenda (CNPJ);

II - prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;

III - prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

IV - prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, nos termos do inciso V do artigo 29 da Lei n.º 8.666/93.

10.5. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.6. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares às do objeto deste Edital, conforme ANEXO 04:

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 06 (seis) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. 02 (dois) dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a FEMA.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 10 (dez) integrantes, previamente cadastrados pela FEMA.

11.3.1. A relação de nomes será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão publica marcada para o sorteio.

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.

11.3.2.1. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

11.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 11.

11.3.2.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

11.3.2.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

11.3.3. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 02 (dois) membros que não possua vínculo com FEMA;

II – 04 (quatro) membros que possuem vínculo com a FEMA.

11.3.5. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos

durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto os no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

II – apresentação à Comissão dos invólucros n.s 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros ns 2 e 4 e subsequente acondicionamento

destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros ns 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2:

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros ns. 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros ns 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros ns. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros ns. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4, e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros ns. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do receptáculo contendo o invólucro n. 2 ;

III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n. 2;

IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.

VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do invólucro n. 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;

III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

IV – declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura do invólucro n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

12.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste

Edital, e entregue em sessão pública.

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados através de publicação na imprensa oficial.

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas através da imprensa oficial, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

14. PENALIDADES

14.1. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato no prazo de 03 (três) dias da ciência da homologação/adjudicação a ocorrer mediante publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se, sem prejuízo das demais sanções previstas, em multa pecuniária de 20% (vinte por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 81 da Lei n.° 12.666/93.

14.2. O atraso injustificado dos prazos de início, de etapas ou de conclusão dos serviços, sem prejuízo do disposto no parágrafo primeiro do artigo 86 da Lei n.° 12.666/93, sujeitará a adjudicatária à multa de mora, calculada na proporção de 1,0% (um por cento) ao dia de atraso, sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 86 da Lei n.° 12.666/93.

14.3. Pela inexecução total ou parcial do objeto a FEMA poderá, garantida a defesa prévia, aplicar à adjudicatária as seguintes sanções:

14.3.1. advertência, com fundamento no artigo 87 inciso I, da Lei n.° 12.666/93;

14.3.2. multa indenizatória pecuniária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 87 inciso II, da Lei n.° 12.666/93;

14.3.3. suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 (dois) anos, com fundamento no artigo 87, inciso III, da Lei n.° 12.666/93;

14.3.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Publica, com fundamento no artigo 87, IV da Lei n.° 12.666/93, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a

Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo de 02 (dois) anos, conforme o §3º do artigo 87 da Lei n.º 12.666/93;

14.4. Todo o serviço executado incorretamente deverá ser refeito pela adjudicatária, na especificação correta, às suas próprias expensas, em prazo não inferior a 02 (dois) dias úteis, ou outro prazo definido pela Administração de acordo com as peculiaridades do serviço, sob pena de aplicação das penalidades relacionadas nesta cláusula e demais cominações legais cabíveis;

14.5. As sanções previstas nos itens 14.1, 14.2, 14.3, 14.4 e subitens poderão ser aplicadas cumulativamente de acordo com circunstancias do caso concreto.

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da FEMA.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar a documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a FEMA a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6, para, atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos

apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula sexta do Anexo 06 – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

15.6. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Terceira e Quinta do Anexo 06 – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de preço.

15.6.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.7. A agência deverá centralizar o comando da publicidade da FEMA em ASSIS, comprovante no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que possui nesta cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, abaixo:

I – um na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

IV – um na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R$ XXX,XX (XXXXXXXXXXX) pelos 12 (doze) meses.

16.2. A FEMA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

16.3. O crédito pelo qual correrá a despesa, com a indicação da classificação funcional programática e da categoria econômica está assim demonstrado:

17. DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações

prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

17.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo;

17.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

17.4. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela FEMA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

17.5. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

18. ANEXOS AO EDITAL:

Anexo 1 - CARTA DE CREDENCIAMENTO

Anexo 2 - MODELO DE DECLARAÇÃO

Anexo 3 - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Anexo 4 - DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Anexo 5 - BRIEFING

Anexo 6 - MINUTA DE CONTRATO

Anexo 7 - BRIEFING FICTÍCIO

Assis, XX de XXX de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves

Diretor Executivo

C L. FEMA
Fls. nº 543

MINUTA

ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CARTA DE CREDENCIAMENTO

Ref.: Concorrência n XXX/2019 – Processo Licitatório nº XXX/2019.

OBJETO: Representação na licitação promovida pela FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) Sr.(a) ....., portador (a) da Cédula de Identidade n. .....e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, na modalidade de concorrência n. ....., na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa ....., CNPJ ....., bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

[Local], [data] de [mês] de 2019.

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa
Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

MINUTA

ANEXO 02

MODELO DE DECLARAÇÃO

Ref.: Concorrência n XXX/2019 – Processo Licitatório nº XXX/2019.

Empresa ..... inscrita no CNPJ n. .....por intermédio de seu representante o(a) Sr(a) ....., portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. ..... e do CPF. ....., DECLARA sob as penas da Lei:

1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro n. 1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento ao art. 27, inciso V da Lei 8.666/93: que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:
( ) Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente:

b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro

participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação, e;

e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da FEMA - Fundação Educacional do Municío de Assis antes da abertura oficial das propostas.

[Local], [data] de [mês] de 2019.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO.

MINUTA

ANEXO 03

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Ref.: Concorrência n XXX/2019 – Processo Licitatório nº XXX/2019.

Nome empresarial da licitante: ....., CNPJ n. ....., Endereço, telefone e e-mail: ....., Validade da proposta .....(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência em epígrafe, promovida pela FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de .....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais;

Declaramo-nos cientes de que a FEMA procederá á retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a FEMA correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a FEMA.

[Local], [data] de [mês] de 2019.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.

C L. FEMA
Fls. nº 58

MINUTA

ANEXO 04

DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Ref.: Concorrência n XXX/2019 – Processo Licitatório nº XXX/2019.

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece (ou) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de ...../...../..... a ...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s):

SERVIÇOS: .....

[Local], [data] de [mês] de 2019.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.

MINUTA

ANEXO 05

BRIEFING

(Este anexo contém o Briefing com a previsão real da execução dos serviços)

Ref.: Concorrência n XXX/2019 – Processo Licitatório nº XXX/2019.

Contratação de empresa especializada em propaganda e marketing para divulgar realizações da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis necessita de veículos de imprensa para se comunicar com a população, para veiculação de informações diversas, tais como divulgação de campanhas, projetos especiais, divulgação de processos seletivos, eventos estudantis, competições esportivas, realizações de ciclos de debates educacionais, palestras, semanas acadêmicas, etc..

Programação: previsão de produção e veiculação de anúncios:

TELEVISÃO

VT 30" e programetes de 3'

TV Aberta

45 inserções no período de 12 meses .....R$ 598.522,50

RÁDIOS

Spot 30" e Programas de 3'

3.950 inserções no período de 12 meses .....R$ 67.347,50

PORTAIS, SITES E REDES SOCIAIS

.....R$ 66.520,00

OUTDOORS E PAINÉIS DIGITAIS

MINUTA

48 inserções em 12 meses .....R$ 39.600,00

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 12.760,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Whatts' up,Telemarketing .....R$ 15.250,00

Total do investimento em 12 meses.....R$ 800.000,00

MINUTA

ANEXO 06

MINUTA DE CONTRATO

TERMO DE CONTRATO N.º ____/2019.

Ref.: Concorrência n XXX/2019 – Processo Licitatório nº XXX/2019.

PREÂMBULO

Pelo presente instrumento particular de contrato, de um lado a FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS, com sede a Av. Getúlio Vargas n. 1.200, na cidade de Assis/SP, inscrita no CNPJ sob o nº 51.501.559/0001-36, neste ato representado pelo seu Diretor Executivo Sr. ...., brasileiro, portador do RG n. ..... e CPF.: ....., doravante denominada CONTRATANTE e, de outro lado, a ....., CNPJ sob o nº ....., com sede na cidade de .....- SP, na Rua....., neste ato representado pelo Sr. ..... portador do RG. ..... e CPF.: ..... doravante denominado CONTRATADA, representada neste ato pelo Sr. ....., ..., portador do RG n.º ..... e CPF/MF n.º ..... residente e domiciliado na rua ....., nº ...., na cidade de ....., formalizam entre si o presente ajuste, que visa a ....., descrita na cláusula primeira deste contrato, em razão do Processo Licitatório n.º _____/2019 - Concorrência n.º ____/2019, já homologado e adjudicado, e na conformidade das cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 – Constitui objeto do presente contrato a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

CLAUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO/CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

2.1 – .... ajustar de acordo com o edital e seus anexos ....

CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR CONTRATUAL

3.1 - Importa o presente contrato no valor global fixo e irreajustável de R$ ..... (.....), decorrente dos preços constantes da proposta vencedora.

CLÁUSULA QUARTA - DOS REAJUSTES

4.1 - Não haverá quaisquer reajustamentos dos preços contratados, independente do título.

CLÁUSULA QUINTA - DAS MEDIÇÕES E PAGAMENTOS

5.1 - As medições serão realizadas mensalmente por técnicos da FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis, sendo a primeira delas realizada 30 (trinta) dias (corridos) após o início dos serviços (que dar-se-á no dia imediatamente posterior ao da emissão da ordem de serviço), e, as seguintes, a cada intervalo de 30 (trinta) dias (corridos) da anteriormente realizada;

5.1.1 - A FEMA indicará um funcionário integrante de seu quadro de pessoal, para assegurar a perfeita execução dos serviços, em conformidade com as condições deste Edital e cláusulas contratuais, o qual será responsável pela aprovação das medições, até o final dos serviços. Por ocasião das medições o referido funcionário deverá informar se os serviços executados estão de acordo com as especificações constantes do edital e seus anexos, e atendem as técnicas de execução determinadas;

5.1.2 - os pagamentos serão efetuados no na primeira quarta-feira após o prazo de 05 (cinco) dias corridos contados da data de realização de cada medição, desde que constatado que os serviços foram corretamente executados, nos termos do item 5.1.1 retro;

5.1.3 - é vedada qualquer forma de pagamento antecipado.

5.2 - O pagamento será feito mediante crédito aberto em conta corrente em nome da contratada, que deverá indicar ao Departamento de Contabilidade do Município, o número de sua conta corrente, agência e banco correspondente.

5.3 - Havendo atraso nos pagamentos, sobre a quantia devida incidirão juros moratórios à razão de 0,5 % (meio por cento) ao mês, calculados "pro rata tempore" em relação ao atraso verificado.

5.4 - A contratada se obriga a apresentar a Nota Fiscal relativa a cada medição, com os valores discriminados quanto a material aplicado e serviço realizado, conforme a medição respectiva, sendo devolvido o documento fiscal que não atenda esta particularidade.

5.4.1 - As notas fiscais/faturas que apresentarem incorreções serão devolvidas à Contratada e seu vencimento ocorrerá em 05 (cinco) dias corridos após a data de sua apresentação válida.

5.5 - A cada pagamento o Departamento de Orçamento, Finanças e Contabilidade da FEMA deverá verificar a regularidade da contratada para com o sistema da Previdência Social, observado o disposto no §3º do artigo 195 da Constituição Federal.

CLÁUSULA SEXTA - DOS PRAZOS

6.1 – O prazo do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, na forma da lei até a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

CLÁUSULA SÉTIMA - DO RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

7.1 - Os serviços serão recebidos provisóriamente para posterior verificação de sua adequação aos termos do edital e contrato, e, definitivamente após verificação da qualidade e quantidade dos mesmos e consequente aceitação.

7.2 - Constatadas irregularidades no objeto contratual, o Contratante poderá:

a) se disser respeito à especificação, rejeitá-lo no todo ou em parte, determinando sua substituição ou rescindindo a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis;

a.1) na hipótese de substituição, a Contratada deverá fazê-la em conformidade com a indicação da Administração, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado;

b) se disser respeito à diferença de quantidade ou de partes, determinar sua complementação ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis;

b.1) na hipótese de complementação, a Contratada deverá fazê-la em

conformidade com a indicação do Contratante, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado.

CLÁUSULA OITAVA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

8.1 - O crédito pelo qual correrá a despesa, com a indicação da classificação funcional programática e da categoria econômica está assim demonstrado:

CLÁUSULA NONA - DA MANUTENÇÃO DA REGULARIDADE DA CONTRATADA

9.1 - É obrigação do contratado de manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES

10.1 - Constituem obrigações da CONTRATADA:

10.1.1 - ser a única responsável pelas despesas relativas aos materiais, equipamentos, mão de obra e encargos, bem como por toda e qualquer despesa que venha a incidir de maneira direta ou indireta no objeto do presente contrato.

10.1.2 - assegurar livre acesso à fiscalização da CONTRATANTE a todos os locais de execução dos serviços.

10.1.3 - acatar prontamente as exigências e observações da fiscalização baseadas nas especificações, regras de boa técnica e normas em vigor.

10.1.4 - ser a única responsável pela segurança de trabalho de seus operários, técnicos e de terceiros.

10.1.5 - Cabe ainda à contratada responder por:

10.1.5.1 - todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com o CONTRATANTE;

10.1.5.2 - todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação

específica de acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados durante a execução deste contrato, ainda que acontecido em dependência do CONTRATANTE;

10.1.5.3 - todos os encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionada à execução deste contrato, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência;

10.1.5.4 - encargos fiscais e comerciais resultantes desta contratação.

10.1.6 - A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos no item anterior, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à Administração do CONTRATANTE, nem pode onerar o objeto deste contrato, razão pela qual a CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com o CONTRATANTE.

10.2 - Constitui obrigação da CONTRATANTE:

10.2.1 - pagar à CONTRATADA o valor devido, nas datas avençadas;

10.2.2 - acompanhar o cumprimento do cronograma de execução dos serviços;

10.2.3 - solicitar o ajuste ou a correção de qualquer falha, defeito ou incorreção nos observada nos serviços;

10.2.4 - prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pelos técnicos da CONTRATADA

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA RESCISÃO CONTRATUAL

11.1 - Sem prejuízo das sanções previstas na cláusula décima primeira deste, o contrato poderá ser rescindido, desde que demonstrada qualquer das hipóteses previstas nos artigos 78, 79 e 80 da Lei n.º 8.666/93.

11.2 - A CONTRATADA reconhece os direitos da administração, em caso da rescisão administrativa prevista no artigo 77 da Lei n.º 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO

12.1 - A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato no prazo de 03 (três) dias da ciência da homologação/adjudicação a ocorrer mediante publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se, sem prejuízo das

demais sanções previstas, em multa pecuniária de 20% (vinte por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 81 da Lei n.º 12.666/93.

12.2 - O atraso injustificado dos prazos de início, de etapas ou de conclusão dos serviços, sem prejuízo do disposto no parágrafo primeiro do artigo 86 da Lei n.º 12.666/93, sujeitará a adjudicatária à multa de mora, calculada na proporção de 1,0% (um por cento) ao dia de atraso, sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 86 da Lei n.º 12.666/93.

12.3 - Pela inexecução total ou parcial do objeto a FEMA poderá, garantida a defesa prévia, aplicar à adjudicatária as seguintes sanções:

12.3.1 - advertência, com fundamento no artigo 87 inciso I, da Lei n.º 12.666/93;

12.3.2 - multa indenizatória pecuniária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 87 inciso II, da Lei n.º 12.666/93;

12.3.3 - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 (dois) anos, com fundamento no artigo 87, inciso III, da Lei n.º 12.666/93;

12.3.4 - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Publica, com fundamento no artigo 87, IV da Lei n.º 12.666/93, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo de 02 (dois) anos, conforme o §3º do artigo 87 da Lei n.º 12.666/93;

12.4 - Todo o serviço executado incorretamente deverá ser refeito pela adjudicatária, na especificação correta, às suas próprias expensas, em prazo não inferior a 02 (dois) dias úteis, ou outro prazo definido pela Administração de acordo com as peculiaridades do serviço, sob pena de aplicação das penalidades relacionadas nesta cláusula e demais cominações legais cabíveis;

12.5 - As sanções previstas nos itens 12.1, 12.2, 12.3, 12.4 e subitens poderão ser

aplicadas cumulativamente de acordo com circunstancias do caso concreto.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA VINCULAÇÃO

13.1 - Vinculam-se ao presente termo de contrato e dele são partes integrantes, independente de suas transcrições parciais ou totais, o edital da licitação que norteou o certame, seus anexos, e a proposta vencedora da CONTRATADA, apresentada na licitação.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E DOS CASOS OMISSOS

14.1 - A execução do presente contrato será regida pela Lei n.º 8.666/93, que servirá inclusive para o esclarecimento dos casos por ventura omissos neste termo de contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 - A contratada, será a única responsável pela qualidade e perfeição técnica dos serviços a ser executados devendo refazer, à sua total expensa, tudo o que se apresentar mal executado tecnicamente, ou que não tenha obedecido as boas técnicas de execução.

15.1.1 - O recebimento provisório e/ou definitivo não diminui ou exclui essa responsabilidade, observado ainda, em caso da não reexecução necessária, a aplicabilidade das sanções estabelecidas na cláusula décima primeira deste termo de contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

16.1 - Será competente o Foro da Comarca de Assis, Estado de São Paulo, para dirimir dúvidas oriundas deste Termo de Contrato, com renúncia de qualquer outro por mais privilegiado seja.

E, por estarem ambas as partes de pleno acordo com as disposições estabelecidas neste Termo de Contrato, aceitam a cumprirem fielmente as normas legais e regulamentares, assinam o presente em 04 (quatro) vias de igual efeito e teor, na presença de duas testemunhas, abaixo indicadas.

Assis, ... de ..... de 2019.

C L. FEMA
Fls. nº 685

MINUTA

Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA

CONTRATANTE

Empresa/pessoa física

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome:
CPF n.:

Nome:
CPF n.:

C L. FEMA
Fls. nº 693

MINUTA

"EXTRATO DE TERMO CONTRATO N° __/2019"

Ref.: Processo Licitatório n.º ___/2019 – Concorrência Pública n.º ___/2019 - Contratante: FEMA – Fundação Educacional do Municio de Assis - Contratada: _____. - CNPJ n. _____-___ - Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS - Valor Global R$ ____,__ - Prazo: ___ dias.

Assis, __ de _____ de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

C L. FEMA
Fls. nº 70

MINUTA

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNÍCIPIO DE ASSIS, CNPJ nº 51.501.559/0001-36, com sede na Avenida Getúlio Vargas nº 1.200, no Município de Assis, Estado de São Paulo.

CONTRATADA: _____, CNPJ nº _____-__ estabelecida na _____, nº _____ - Bairro: _____, no município de Assis, Estado de São Paulo.

CONTRATO Nº ___/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Na qualidade de Contratante e Contratado, respectivamente, do Termo acima identificado, e, cientes do seu encaminhamento ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO, para fins de instrução e julgamento, damo-nos por CIENTES e NOTIFICADOS para acompanhar todos os atos da tramitação processual, até julgamento final e sua publicação e, se for o caso e de nosso interesse, para, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito da defesa, interpor recursos e o mais que couber.

Outrossim, estamos CIENTES, doravante, de que todos os despachos e decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de

MINUTA

Contas do Estado de São Paulo, de conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar Estadual nº 709, de 14 de janeiro de 1993, precedidos de mensagem eletrônica aos interessados.

Assis, ___ de _____ de 2019.

CONTRATANTE:

- Nome e cargo: xxxxxxxxxxx - xxxxxx
- E-mail institucional: xxxx@xxxxx
- E-mail pessoal: xxxxxx@xxxxxx

_____

Nome

RG nº xxxxxxx - xxx

CPF/MF nº xxxxxxxxx

CONTRATADA:

- Nome e cargo: _____- Representante legal
- E-mail institucional: xxxxx@xxxx
- E-mail pessoal: xxxxx@xxxxx

_____

NOME DO REPRESENTANTE
RG n.º
CPF/MF nº

C L. FEMA
Fls. nº 723

MINUTA

ANEXO 07

BRIEFING FICTÍCIO

(Este anexo contém o "Briefing Fictício" que deve ser utilizado pelas licitantes como modelo para elaboração da proposta técnica, para fins de pontuação)

Ref.: Concorrência n ____/2019 – Processo Licitatório nº ___/2019.

A licitante deverá realizar uma campanha de concurso vestibular para a FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis, utilizando para tanto o briefing abaixo:

Programação: criação, previsão de produção e veiculação de anúncios:

TELEVISÃO

VT 30" e programetes de 3'

TV Aberta

45 inserções no período de 12 meses .....R$ 598.522,50

RÁDIOS

Spot 30" e Programas de 3'

3.950 inserções no período de 12 meses .....R$ 67.347,50

PORTAIS, SITES E REDES SOCIAIS

.....R$ 66.520,00

OUTDOORS E PAINÉIS DIGITAIS

48 inserções em 12 meses .....R$ 39.600,00

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 12.760,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Whatts' up, Telemarketing .....R$ 15.250,00

C L. FEMA
Fls. nº 73

MINUTA

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 11.600,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Telemarketing, ...R$ 8.575,00

CRIAÇÃO/LAYOUT E ARTE FINAL

Spot de rádio 30" – 20 textos

Programas de rádio 3' – 10 produções

VT 30" – 2 materiais

Programa de TV 3' – 5 produções

Anúncio jornal – 1/2 página – colorido – 20 modelos

Tablóide – 16 páginas – colorido – papel sulfite – 1 modelo

Faixas – medida 0,90 x 7 metros – 10 modelos

Banners – medida 0,90 x 1,50 metros – 10 modelos

Banners eletrônicos – 10 modelos

Cartazes – medida 40 x 60 cm – 10 modelos

Outdoor – 10 modelos

Pesquisa de hábitos de consumo de mídia e audiência (uma unidade)

Valor: ..... R$ 50.000,00

Total do investimento em 12 meses..... R$ 850.000,00

C L. FEMA
Fls. nº 74

PARECER JURÍDICO

(Cf., Parágrafo Único do artigo 38 da Lei n.º 8.666/93)

Solicita-nos o Setor de Materiais da FEMA, através de memorando, análise e aprovação da minuta de Edital de Concorrência que tem como objeto a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Após análise da minuta em referência, cremos que a mesma encontra-se formalmente em ordem.

Ex positis, observando que a execução contratual deve atender a Lei n.º 8.666/93, OPINAMOS pela APROVAÇÃO DA MINUTA que integra os autos.

É o parecer.

Assis, 25 de abril de 2019.

CARLOS ALBERTO MARIANO
OAB/SP nº 116.357

Avenida Getúlio Vargas, 1200 – Vila Nova Santana – Assis/SP – CEP: 19807-130
Fone/Fax: (18) 3302 -1055 – homepage: www.fema.edu.br - e-mail: depjur@femanet.com.br
CNPJ 51.501.559/0001-36

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

C L. FEMA
Fls. nº 453

PEDIDO DE APROVAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Assis, 25 de abril de 2019.

À

Seção de Contabilidade

Vimos por intermédio deste, solicitar enquadramento orçamentário e disponibilidade financeira para executarmos despesa, com a autorização da Diretoria Executiva, para CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS, no valor orçado de R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

Na expectativa da atenção deste Setor, no sentido de atender a nossa solicitação continuamos à disposição, reiterando-lhe os protestos de elevada estima e distinta consideração, com nossos cordiais cumprimentos.

Atenciosamente,

Maria Salete Porto Steiger Elias
Supervisora da Seção de Materiais

C L. FEMA
Fls. nº 76

APROVAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Em atendimento ao requerido pela Supervisão da Seção de Materiais, referente ao processo licitatório para *CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS* ***DECLARO*** que, possuímos dotação orçamentária e disponibilidade financeira.

As despesas serão oneradas da seguinte dotação:

3.3.90.33.00.00.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
3.3.90.39.88.00.00 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
CÓDIGO REDUZIDO 105

VALOR DO ORÇAMENTO: R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

Assis, 26 de abril de 2019.

Nivaldo Aparecido de Melo
Supervisor de Contabilidade

C L. FEMA
Fls. nº 77

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eduardo Augusto Vella Gonçalves, Diretor Executivo da FEMA, no uso das atribuições que lhe confere a legislação em vigor, especialmente a Lei 8666/93 e suas alterações legais, resolve:

1 – Autorizar o presente processo administrativo de licitação, cujo objeto CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

As despesas decorrentes da presente licitação correrão por conta da seguinte DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

3.3.90.39.00.00.00 – Outros serviços de terceiros – Pessoa Jurídica
3.3.90.39.88.00.00 – Serviços de Publicidade de Propaganda
Código Reduzido 105

O Valor para a execução dos serviços de publicidade está estimado em R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

Assis, 29 de abril de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

C L. FEMA
Fls. nº 73

EDITAL Nº 023/2019

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 026/2019

CONCORRÊNCIA Nº 002/2019

TIPO DA LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

REGIME DE EXECUÇÃO: PREVISTO NA LEI N. 12.232/2010 E LEI 8.666/93

DATA DE ABERTURA: 16/06/2019 às 09H30MIN.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Esta licitação atende ao pedido do Diretor Executivo da FEMA.

A Comissão de Licitações da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, Estado de São Paulo, designada pela Portaria nº 02 de 07 de janeiro de 2019, no uso de suas atribuições legais, comunica a abertura do processo licitatório na modalidade CONCORRÊNCIA por TÉCNICA e PREÇO, cujo objeto é a contratação descrita neste edital, que integra o presente Edital.

1 – DO OBJETO

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. Não poderão participar da licitação empresas reunidas em consórcio; empresas suspensas de licitar ou impedidas de contratar com a FEMA, enquanto durar a suspensão ou o impedimento; e, empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo

determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação.

2.2. A contratada não poderá subcontratar o objeto desta licitação.

3. RETIRADA DO EDITAL

3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada no endereço junto a Comissão de Licitações da FEMA, na Avenida Getúlio Vargas, 1200, ou pelo site www.fema.edu.br.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Os recursos, impugnações, esclarecimentos e demais petições relacionadas ao presente edital e à licitação em pauta deverão ser protocolizados junto a Comissão de Licitações da FEMA, na Avenida Getúlio Vargas, 1200, Assis (SP).

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. A licitante poderá designar apenas 01 preposto para representá-la na reunião de licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do Anexo 01, e deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica, com base no briefing fictício – ANEXO 7 estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS e SUBQUESITOS

I – Plano de Comunicação publicitária

- Raciocínio Básico
- Estratégia de Comunicação Publicitária
- Ideia Criativa
- Estratégia de Mídia e Não Mídia

II – Capacidade de Atendimento

III – Repertório

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing fictício – ANEXO 7 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter

informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

II. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

6.2.1. Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da FEMA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos

comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.2.

6.2.3.2. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;

c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

6.2.3.2.1. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

6.2.3.2.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas

capturas de vídeo.

6.2.3.2.3. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.2.3.2.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard animados, animatics, apresentados em DVD ou CD, executáveis no formatos universais, a exemplo de protótipos e monstros deverão sistema operacional Windows, ser nos:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado o disposto no subitem 8.2.2.,II.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia:

6.2.4.1.1. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.2.4.2. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

I - FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

I – caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.

III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento "simples" entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto.

VIII – texto enumeração de páginas em fonte "arial", cor "automático", tamanho "12 Pontos";

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia, não têm limitação quanto ao número de páginas.

6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;

II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2, II;

6.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos";

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.3 A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação 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;

a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da FEMA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, a pesquisa de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da FEMA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial", tamanho

"12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6.3.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

III – REPERTÓRIO

6.4. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de janeiro de 2010.

II – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

III – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

IV – as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a FEMA seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte "arial", tamanho"12 pontos", com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças

neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem **6.4.1** implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3, III.

6.4.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de janeiro de 2010.

6.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 9.3, IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a FEMA seja ou tenha sido signatária.

6.5.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas

páginas.

6.5.3.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos)

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5 deverão ser formatadas em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial" tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 03 deste edital.

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;

II – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

III – A proposta deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

IV – A proposta deverá ainda conter as declarações constantes do Anexo 02.

7.2. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.3. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2, 8.3 e 8.4 e a Proposta de Preço, no invólucro n. 4, conforme subitem 8.5, na data, hora e local indicados no tópico "reunião de licitação" do preâmbulo deste Edital.

8.1.1. O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pela FEMA mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail compras@femanet.com.br, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 17h, e retirado no endereço Avenida Getúlio Vargas, 1200 Assis (SP).

8.1.1.1. O invólucro n. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros n. 2, n. 3 e n. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro n. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO N. 1

8.2. No invólucro n. 1, invólucro padronizado fornecido pela FEMA, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – ***Via Não Identificada***, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, "a".

8.2.1. O invólucro n. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro n. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:

I - Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2

II - Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro n. 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem 12.8.2. o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO N. 2

8.3. No invólucro n. 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, "b".

8.3.1. O invólucro n. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 02

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS

CONCORRÊNCIA N.º 002/2019

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO N. 3

8.4. No invólucro n. 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5.

8.4.1. O invólucro n. 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 03
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro n. 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

INVÓLUCRO N. 4

8.5. O invólucro n. 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N. 04
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS

CONCORRÊNCIA N.º 002/2019

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e peso 0,20 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão de Licitação, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – Plano de Comunicação Publicitária

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

I - o desafio de comunicação

II - as necessidades de comunicação da FEMA para enfrentar o desafio de comunicação.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

I - Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da FEMA e ao desafio de comunicação;

II - Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

III - Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da FEMA com seus públicos;

IV - Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;

V - Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta

VI - Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da FEMA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos, geral e

específicos, de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

I - Adequação ao desafio de comunicação;

II - Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

III - Adequação ao universo cultural do público-alvo

IV - Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

V - Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

VI - Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

VII - Pertinência às atividades de comunicação da FEMA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

VIII - Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

IX - Exequibilidade das peças e ou do material;

X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

I - Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;

II - Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

III - Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (9.2,I,d,"I" e "II");

IV - Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da FEMA;

V - Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

VI - Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da FEMA;

d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre a FEMA e a licitante, esquematizado na proposta;

f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da FEMA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III – REPERTÓRIO

a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

a) Evidência de planejamento publicitário;

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

a) Raciocínio Básico: 10 (dez);

b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte);

c) Ideia criativa: 10 (dez);

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 25 (vinte e cinco).

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos intervalor de 0,5 (meio) ponto.

9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

9.3.3. A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

9.3.3.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

9.3.4. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II - Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

IV – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

9.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta

Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, no subquesito estratégia de mídia e não mídia.

9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9 ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica, que é a detentora da maior nota técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

9.8.1. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, I:

I - maior desconto: 100 pontos

II - segundo maior desconto: 80 pontos

III - terceiro maior desconto: 60 pontos

IV - demais descontos: 40 pontos

9.8.2. Será considerada a melhor proposta comercial aquela detentora da maior pontuação através dos critérios acima (NFPC).

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS.

9.9. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto

no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

PF = (NFPT X 0,80) + (NFPC X 0,20)

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

9.9.1. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota ao quesito da proposta técnica: estratégia de mídia e não mídia.

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no ítem 9.9.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.9.3. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

9.9.4. Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada (com maior numero de pontos) no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n. 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N. 5

FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍO DE ASSIS

CONCORRÊNCIA N.º 002/2019

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados em original, ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou em cópia autenticada por cartório competente, ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

10.3. Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

I – registro comercial, em caso de empresa individual;

II – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

III – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;

IV – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.4. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** são:

I - prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da

Fazenda (CNPJ);

II - prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;

III - prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

IV - prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, nos termos do inciso V do artigo 29 da Lei n.º 8.666/93.

10.5. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.6. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares às do objeto deste Edital, conforme ANEXO 04:

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 06 (seis) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. 02 (dois) dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a FEMA.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 10 (dez) integrantes, previamente cadastrados pela FEMA.

11.3.1. A relação de nomes será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão publica marcada para o sorteio.

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.

11.3.2.1. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

11.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 11.

11.3.2.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

11.3.2.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

11.3.3. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 02 (dois) membros que não possua vínculo com FEMA;

II – 04 (quatro) membros que possuem vínculo com a FEMA.

11.3.5. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos

durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto os no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

II – apresentação à Comissão dos invólucros n.s 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros ns 2 e 4 e subsequente acondicionamento

destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros ns 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2:

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros ns. 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros ns 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros ns. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros ns. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4, e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros ns. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do receptáculo contendo o invólucro n. 2 ;

III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n. 2;

IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.

VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do invólucro n. 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;

III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

IV – declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura do invólucro n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

12.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste

Edital, e entregue em sessão pública.

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados através de publicação na imprensa oficial.

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas através da imprensa oficial, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

14. PENALIDADES

14.1. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato no prazo de 03 (três) dias da ciência da homologação/adjudicação a ocorrer mediante publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se, sem prejuízo das demais sanções previstas, em multa pecuniária de 20% (vinte por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 81 da Lei n.º 12.666/93.

14.2. O atraso injustificado dos prazos de início, de etapas ou de conclusão dos serviços, sem prejuízo do disposto no parágrafo primeiro do artigo 86 da Lei n.º 12.666/93, sujeitará a adjudicatária à multa de mora, calculada na proporção de 1,0% (um por cento) ao dia de atraso, sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 86 da Lei n.º 12.666/93.

14.3. Pela inexecução total ou parcial do objeto a FEMA poderá, garantida a defesa prévia, aplicar à adjudicatária as seguintes sanções:

14.3.1. advertência, com fundamento no artigo 87 inciso I, da Lei n.º 12.666/93;

14.3.2. multa indenizatória pecuniária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 87 inciso II, da Lei n.º 12.666/93;

14.3.3. suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 (dois) anos, com fundamento no artigo 87, inciso III, da Lei n.º 12.666/93;

14.3.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Publica, com fundamento no artigo 87, IV da Lei n.º 12.666/93, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a

Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo de 02 (dois) anos, conforme o §3º do artigo 87 da Lei n.º 12.666/93;

14.4. Todo o serviço executado incorretamente deverá ser refeito pela adjudicatária, na especificação correta, às suas próprias expensas, em prazo não inferior a 02 (dois) dias úteis, ou outro prazo definido pela Administração de acordo com as peculiaridades do serviço, sob pena de aplicação das penalidades relacionadas nesta cláusula e demais cominações legais cabíveis;

14.5. As sanções previstas nos itens 14.1, 14.2, 14.3, 14.4 e subitens poderão ser aplicadas cumulativamente de acordo com circunstancias do caso concreto.

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da FEMA.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar a documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a FEMA a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6, para, atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos

apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula sexta do Anexo 06 – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

15.6. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Terceira e Quinta do Anexo 06 – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de preço.

15.6.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.7. A agência deverá centralizar o comando da publicidade da FEMA em ASSIS, comprovante no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que possui nesta cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, abaixo:

I – um na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

IV – um na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) pelos 12 (doze) meses.

16.2. A FEMA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

16.3. O crédito pelo qual correrá a despesa, com a indicação da classificação funcional programática e da categoria econômica está assim demonstrado:

3.3.90.39.00.00.00 – Outros serviços de terceiros – Pessoa Jurídica
3.3.90.39.88.00.00 – Serviços de Publicidade de Propaganda
Código Reduzido 105

17. DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações

prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

17.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo;

17.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

17.4. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela FEMA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

17.5. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

18. ANEXOS AO EDITAL:

Anexo 1 - CARTA DE CREDENCIAMENTO

Anexo 2 - MODELO DE DECLARAÇÃO

Anexo 3 - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Anexo 4 - DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Anexo 5 - BRIEFING

Anexo 6 - MINUTA DE CONTRATO

Anexo 7 - BRIEFING FICTÍCIO

Assis, 29 de abril de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

C L. FEMA
Fls. nº 1127

ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CARTA DE CREDENCIAMENTO

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

OBJETO: Representação na licitação promovida pela FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) Sr.(a) ....., portador (a) da Cédula de Identidade n. .....e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, na modalidade de concorrência n. ....., na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa ....., CNPJ ....., bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

[Local], [data] de [mês] de 2019.

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa
Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

ANEXO 02

MODELO DE DECLARAÇÃO

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

Empresa ..... inscrita no CNPJ n. .....por intermédio de seu representante o(a) Sr(a) ....., portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. ..... e do CPF. ....., DECLARA sob as penas da Lei:

1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro n. 1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento ao art. 27, inciso V da Lei 8.666/93: que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:
( ) Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente:

b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou

por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação, e;

e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da FEMA - Fundação Educacional do Municío de Assis antes da abertura oficial das propostas.

[Local], [data] de [mês] de 2019.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO.

ANEXO 03

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

Nome empresarial da licitante: ....., CNPJ n. ....., Endereço, telefone e e-mail: ....., Validade da proposta .....(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência em epígrafe, promovida pela FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de .....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais;

Declaramo-nos cientes de que a FEMA procederá á retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a FEMA correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a FEMA.

[Local], [data] de [mês] de 2019.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.

ANEXO 04

DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece (ou) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de ...../...../..... a ...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s):

SERVIÇOS: .....

[Local], [data] de [mês] de 2019.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.

ANEXO 05

BRIEFING

(Este anexo contém o Briefing com a previsão real da execução dos serviços)

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

Contratação de empresa especializada em propaganda e marketing para divulgar realizações da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis necessita de veículos de imprensa para se comunicar com a população, para veiculação de informações diversas, tais como divulgação de campanhas, projetos especiais, divulgação de processos seletivos, eventos estudantis, competições esportivas, realizações de ciclos de debates educacionais, palestras, semanas acadêmicas, etc..

Programação: previsão de produção e veiculação de anúncios:

TELEVISÃO

VT 30" e programetes de 3'

TV Aberta

45 inserções no período de 12 meses .....R$ 598.522,50

RÁDIOS

Spot 30" e Programas de 3'

3.950 inserções no período de 12 meses .....R$ 67.347,50

PORTAIS, SITES E REDES SOCIAIS

.....R$ 66.520,00

OUTDOORS E PAINÉIS DIGITAIS

48 inserções em 12 meses .....R$ 39.600,00

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 12.760,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Whatts' up,Telemarketing .....R$ 15.250,00

Total do investimento em 12 meses.....R$ 800.000,00

ANEXO 06

MINUTA DE CONTRATO

TERMO DE CONTRATO N.º ____/2019.

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

PREÂMBULO

Pelo presente instrumento particular de contrato, de um lado a FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS, com sede a Av. Getúlio Vargas n. 1.200, na cidade de Assis/SP, inscrita no CNPJ sob o nº 51.501.559/0001-36, neste ato representado pelo seu Diretor Executivo Sr. ...., brasileiro, portador do RG n. ..... e CPF.: ....., doravante denominada CONTRATANTE e, de outro lado, a ....., CNPJ sob o nº ....., com sede na cidade de .....- SP, na Rua....., neste ato representado pelo Sr. ..... portador do RG. ..... e CPF.: ..... doravante denominado CONTRATADA, representada neste ato pelo Sr. ....., ..., portador do RG n.º ..... e CPF/MF n.º ..... residente e domiciliado na rua ....., nº ...., na cidade de ....., formalizam entre si o presente ajuste, que visa a ....., descrita na cláusula primeira deste contrato, em razão do Processo Licitatório n.º 026/2019 - Concorrência n.º 002/2019, já homologado e adjudicado, e na conformidade das cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 – Constitui objeto do presente contrato a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

CLAUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO/CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

2.1 – .... ajustar de acordo com o edital e seus anexos ....

CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR CONTRATUAL

3.1 - Importa o presente contrato no valor global fixo e irreajustável de R$ ..... (.....), decorrente dos preços constantes da proposta vencedora.

CLÁUSULA QUARTA - DOS REAJUSTES

4.1 - Não haverá quaisquer reajustamentos dos preços contratados, independente do título.

CLÁUSULA QUINTA - DAS MEDIÇÕES E PAGAMENTOS

5.1 - As medições serão realizadas mensalmente por técnicos da FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis, sendo a primeira delas realizada 30 (trinta) dias (corridos) após o início dos serviços (que dar-se-á no dia imediatamente posterior ao da emissão da ordem de serviço), e, as seguintes, a cada intervalo de 30 (trinta) dias (corridos) da anteriormente realizada;

5.1.1 - A FEMA indicará um funcionário integrante de seu quadro de pessoal, para assegurar a perfeita execução dos serviços, em conformidade com as condições deste Edital e cláusulas contratuais, o qual será responsável pela aprovação das medições, até o final dos serviços. Por ocasião das medições o referido funcionário deverá informar se os serviços executados estão de acordo com as especificações constantes do edital e seus anexos, e atendem as técnicas de execução determinadas;

5.1.2 - os pagamentos serão efetuados no na primeira quarta-feira após o prazo de 05 (cinco) dias corridos contados da data de realização de cada medição, desde que constatado que os serviços foram corretamente executados, nos termos do item 5.1.1 retro;

5.1.3 - é vedada qualquer forma de pagamento antecipado.

5.2 - O pagamento será feito mediante crédito aberto em conta corrente em nome da contratada, que deverá indicar ao Departamento de Contabilidade do Município, o número de sua conta corrente, agência e banco correspondente.

5.3 - Havendo atraso nos pagamentos, sobre a quantia devida incidirão juros moratórios à razão de 0,5 % (meio por cento) ao mês, calculados "pro rata tempore" em relação ao atraso verificado.

5.4 - A contratada se obriga a apresentar a Nota Fiscal relativa a cada medição, com os valores discriminados quanto a material aplicado e serviço realizado, conforme a medição respectiva, sendo devolvido o documento fiscal que não atenda esta particularidade.

5.4.1 - As notas fiscais/faturas que apresentarem incorreções serão devolvidas à Contratada e seu vencimento ocorrerá em 05 (cinco) dias corridos após a data de sua apresentação válida.

5.5 - A cada pagamento o Departamento de Orçamento, Finanças e Contabilidade da FEMA deverá verificar a regularidade da contratada para com o sistema da Previdência Social, observado o disposto no §3º do artigo 195 da Constituição Federal.

CLÁUSULA SEXTA - DOS PRAZOS

6.1 – O prazo do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, na forma da lei até a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

CLÁUSULA SÉTIMA - DO RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

7.1 - Os serviços serão recebidos provisóriamente para posterior verificação de sua adequação aos termos do edital e contrato, e, definitivamente após verificação da qualidade e quantidade dos mesmos e consequente aceitação.

7.2 - Constatadas irregularidades no objeto contratual, o Contratante poderá:

a) se disser respeito à especificação, rejeitá-lo no todo ou em parte, determinando sua substituição ou rescindindo a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis;

a.1) na hipótese de substituição, a Contratada deverá fazê-la em conformidade com a indicação da Administração, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado;

b) se disser respeito à diferença de quantidade ou de partes, determinar sua complementação ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis;

b.1) na hipótese de complementação, a Contratada deverá fazê-la em

conformidade com a indicação do Contratante, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado.

CLÁUSULA OITAVA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

8.1 - O crédito pelo qual correrá a despesa, com a indicação da classificação funcional programática e da categoria econômica está assim demonstrado:

3.3.90.39.00.00.00 – Outros serviços de terceiros – Pessoa Jurídica
3.3.90.39.88.00.00 – Serviços de Publicidade de Propaganda
Código Reduzido 105

CLÁUSULA NONA - DA MANUTENÇÃO DA REGULARIDADE DA CONTRATADA

9.1 - É obrigação do contratado de manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES

10.1 - Constituem obrigações da CONTRATADA:

10.1.1 - ser a única responsável pelas despesas relativas aos materiais, equipamentos, mão de obra e encargos, bem como por toda e qualquer despesa que venha a incidir de maneira direta ou indireta no objeto do presente contrato.

10.1.2 - assegurar livre acesso à fiscalização da CONTRATANTE a todos os locais de execução dos serviços.

10.1.3 - acatar prontamente as exigências e observações da fiscalização baseadas nas especificações, regras de boa técnica e normas em vigor.

10.1.4 - ser a única responsável pela segurança de trabalho de seus operários, técnicos e de terceiros.

10.1.5 - Cabe ainda à contratada responder por:

10.1.5.1 - todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com o CONTRATANTE;

10.1.5.2 - todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação

específica de acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados durante a execução deste contrato, ainda que acontecido em dependência do CONTRATANTE;

10.1.5.3 - todos os encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionada à execução deste contrato, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência;

10.1.5.4 - encargos fiscais e comerciais resultantes desta contratação.

10.1.6 - A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos no item anterior, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à Administração do CONTRATANTE, nem pode onerar o objeto deste contrato, razão pela qual a CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com o CONTRATANTE.

10.2 - Constitui obrigação da CONTRATANTE:

10.2.1 - pagar à CONTRATADA o valor devido, nas datas avençadas;

10.2.2 - acompanhar o cumprimento do cronograma de execução dos serviços;

10.2.3 - solicitar o ajuste ou a correção de qualquer falha, defeito ou incorreção nos observada nos serviços;

10.2.4 - prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pelos técnicos da CONTRATADA

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA RESCISÃO CONTRATUAL

11.1 - Sem prejuízo das sanções previstas na cláusula décima primeira deste, o contrato poderá ser rescindido, desde que demonstrada qualquer das hipóteses previstas nos artigos 78, 79 e 80 da Lei n.º 8.666/93.

11.2 - A CONTRATADA reconhece os direitos da administração, em caso da rescisão administrativa prevista no artigo 77 da Lei n.º 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO

12.1 - A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato no prazo de 03 (três) dias da ciência da homologação/adjudicação a ocorrer mediante publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo, caracteriza o descumprimento to¬tal da obrigação assumida, sujeitando-se, sem prejuízo das

demais sanções previstas, em multa pecuniária de 20% (vinte por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 81 da Lei n.º 12.666/93.

12.2 - O atraso injustificado dos prazos de início, de etapas ou de conclusão dos serviços, sem prejuízo do disposto no parágrafo primeiro do artigo 86 da Lei n.º 12.666/93, sujeitará a adjudicatária à multa de mora, calculada na proporção de 1,0% (um por cento) ao dia de atraso, sobre o valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 86 da Lei n.º 12.666/93.

12.3 - Pela inexecução total ou parcial do objeto a FEMA poderá, garantida a defesa prévia, aplicar à adjudicatária as seguintes sanções:

12.3.1 - advertência, com fundamento no artigo 87 inciso I, da Lei n.º 12.666/93;

12.3.2 - multa indenizatória pecuniária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da obrigação não cumprida, com fundamento no artigo 87 inciso II, da Lei n.º 12.666/93;

12.3.3 - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 (dois) anos, com fundamento no artigo 87, inciso III, da Lei n.º 12.666/93;

12.3.4 - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Publica, com fundamento no artigo 87, IV da Lei n.º 12.666/93, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo de 02 (dois) anos, conforme o §3º do artigo 87 da Lei n.º 12.666/93;

12.4 - Todo o serviço executado incorretamente deverá ser refeito pela adjudicatária, na especificação correta, às suas próprias expensas, em prazo não inferior a 02 (dois) dias úteis, ou outro prazo definido pela Administração de acordo com as peculiaridades do serviço, sob pena de aplicação das penalidades relacionadas nesta cláusula e demais cominações legais cabíveis;

12.5 - As sanções previstas nos itens 12.1, 12.2, 12.3, 12.4 e subitens poderão ser

aplicadas cumulativamente de acordo com circunstancias do caso concreto.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA VINCULAÇÃO

13.1 - Vinculam-se ao presente termo de contrato e dele são partes integrantes, independente de suas transcrições parciais ou totais, o edital da licitação que norteou o certame, seus anexos, e a proposta vencedora da CONTRATADA, apresentada na licitação.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E DOS CASOS OMISSOS

14.1 - A execução do presente contrato será regida pela Lei n.º 8.666/93, que servirá inclusive para o esclarecimento dos casos por ventura omissos neste termo de contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 - A contratada, será a única responsável pela qualidade e perfeição técnica dos serviços a ser executados devendo refazer, à sua total expensa, tudo o que se apresentar mal executado tecnicamente, ou que não tenha obedecido as boas técnicas de execução.

15.1.1 - O recebimento provisório e/ou definitivo não diminui ou exclui essa responsabilidade, observado ainda, em caso da não reexecução necessária, a aplicabilidade das sanções estabelecidas na cláusula décima primeira deste termo de contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

16.1 - Será competente o Foro da Comarca de Assis, Estado de São Paulo, para dirimir dúvidas oriundas deste Termo de Contrato, com renúncia de qualquer outro por mais privilegiado seja.

E, por estarem ambas as partes de pleno acordo com as disposições estabelecidas neste Termo de Contrato, aceitam a cumprirem fielmente as normas legais e regulamentares, assinam o presente em 04 (quatro) vias de igual efeito e teor, na presença de duas testemunhas, abaixo indicadas.

Assis, ... de ..... de 2019.

Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA

CONTRATANTE

Empresa/pessoa física

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome:
CPF n.:

Nome:
CPF n.:

C. L. FEMA
Fls. nº 0272

"EXTRATO DE TERMO CONTRATO N° __/2019"

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório n° 026/2019. Contratante: FEMA – Fundação Educacional do Municio de Assis - Contratada: _____. - CNPJ n. _____-___ - Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.° 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS - Valor Global R$ ____,__ - Prazo: ___ dias.

Assis, __ de _____ de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves
Diretor Executivo

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNÍCIPIO DE ASSIS, CNPJ nº 51.501.559/0001-36, com sede na Avenida Getúlio Vargas nº 1.200, no Município de Assis, Estado de São Paulo.

CONTRATADA: _____, CNPJ nº _____-__ estabelecida na _____, nº _____ - Bairro: _____, no município de Assis, Estado de São Paulo.

CONTRATO Nº ___/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Na qualidade de Contratante e Contratado, respectivamente, do Termo acima identificado, e, cientes do seu encaminhamento ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO, para fins de instrução e julgamento, damo-nos por CIENTES e NOTIFICADOS para acompanhar todos os atos da tramitação processual, até julgamento final e sua publicação e, se for o caso e de nosso interesse, para, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito da defesa, interpor recursos e o mais que couber.

Outrossim, estamos CIENTES, doravante, de que todos os despachos e decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de

Contas do Estado de São Paulo, de conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar Estadual nº 709, de 14 de janeiro de 1993, precedidos de mensagem eletrônica aos interessados.

Assis, ___ de _____ de 2019.

CONTRATANTE:

- Nome e cargo: xxxxxxxxxxx - xxxxxx
- E-mail institucional: xxxx@xxxxx
- E-mail pessoal: xxxxxx@xxxxxx

_____
Nome
RG nº xxxxxxx - xxx
CPF/MF nº xxxxxxxxx

CONTRATADA:

- Nome e cargo: _____- Representante legal
- E-mail institucional: xxxxx@xxxx
- E-mail pessoal: xxxxx@xxxxx

_____
NOME DO REPRESENTANTE
RG n.º
CPF/MF nº

ANEXO 07

BRIEFING FICTÍCIO

(Este anexo contém o "Briefing Fictício" que deve ser utilizado pelas licitantes como modelo para elaboração da proposta técnica, para fins de pontuação)

Ref.: Concorrência n 002/2019 – Processo Licitatório nº 026/2019.

A licitante deverá realizar uma campanha de concurso vestibular para a FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis, utilizando para tanto o briefing abaixo:

Programação: criação, previsão de produção e veiculação de anúncios:

TELEVISÃO

VT 30" e programetes de 3'

TV Aberta

45 inserções no período de 12 meses .....R$ 598.522,50

RÁDIOS

Spot 30" e Programas de 3'

3.950 inserções no período de 12 meses .....R$ 67.347,50

PORTAIS, SITES E REDES SOCIAIS

.....R$ 66.520,00

OUTDOORS E PAINÉIS DIGITAIS

48 inserções em 12 meses .....R$ 39.600,00

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 12.760,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Whatts' up, Telemarketing .....R$ 15.250,00

JORNAIS

29 inserções em 12 meses .....R$ 11.600,00

MARKETING MÓVEL

SMS, Telemarketing, ...R$ 8.575,00

CRIAÇÃO/LAYOUT E ARTE FINAL

Spot de rádio 30" – 20 textos

Programas de rádio 3' – 10 produções

VT 30" – 2 materiais

Programa de TV 3' – 5 produções

Anúncio jornal – 1/2 página – colorido – 20 modelos

Tablóide – 16 páginas – colorido – papel sulfite – 1 modelo

Faixas – medida 0,90 x 7 metros – 10 modelos

Banners – medida 0,90 x 1,50 metros – 10 modelos

Banners eletrônicos – 10 modelos

Cartazes – medida 40 x 60 cm – 10 modelos

Outdoor – 10 modelos

Pesquisa de hábitos de consumo de mídia e audiência (uma unidade)

Valor: ..... R$ 50.000,00

Total do investimento em 12 meses..... R$ 850.000,00

Diário dos Municípios

AGUAÍ

PREFEITURA MUNICIPAL DE AGUAÍ

PORTARIA. CÂMARA MUNICIPAL DE AGUAÍ/SP Processo nº 002/2019 - Convite nº 002/2019. Portaria nº 007/2019 que Institui a Comissão de Avaliação Técnica da Câmara Municipal de Aguaí, para análise técnica da apresentação do Sistema e seus respectivos módulos referentes ao Processo Administrativo nº 002/2019 – Modalidade Convite nº 002/2019, composta dos seguintes membros: MÁRCIA AP. REIS ROCHA – PRESIDENTE-EDNILSON CANESCHI – MEMBRO - CAROLINE FERREIRA DEZENA – MEMBRO. Publique-se o ato. A disposição no endereço eletrônico: http://www.cmaguai.sp.gov.br/ CAROLINE FERREIRA DEZENA PRESIDENTE DA CPL.

DESPACHO. Processo Administrativo Nº Sec Adm/Lic. 051/2019. Convite Nº 003/2019 Por não haverem licitantes interessadas declaro o presente certame DESERTO. Afim de atender as necessidades da contratação DETERMINO E AUTORIZO que seja feita a republicação do edital. DANIEL GARCIA COBRA MONTEIRO - SECRETARIO DE PLANEJAMENTO, SERVIÇOS URBANOS E MEIO AMBIENTE

COMUNICADO. PROCESSO Nº 083/2019 - PREGÃO Nº 022/2019. Autorizo a suspensão do certame, em virtude dos pedidos de esclarecimento feito pela empresa BBW DO BRASIL COMÉRCIO DE PNEUMÁTICOS EIRELI. PUBLIQUE-SE O ATO. OFICIO Nº 140/2019 a disposição no endereço eletrônico www.aguai.sp.gov.br. Jonas Cavaretto Da Silva Junior – Pregoeiro.

EXTRATO. Processo nº 110/2017 - Chamamento Público nº 006/2017 - Dispensa de Licitação nº 036/2017 1º Termo de Aditamento do Contrato de Gestão nº 001/2018. Contratante: Prefeitura Municipal de Aguaí. Contratada: Instituto Civitas de Desenvolvimento Humano - ICEDH. Objeto: Operacionalização, apoio e execução de atividades e serviços de saúde no Pronto Socorro Municipal/ Unidade de Pronto Atendimento, Centro de Especialidades e Estratégia em Saúde da família/ Atenção Básica. Data assinatura: 30.04.2019. Vigência 12 meses. Valor R$652.329,60. José Alexandre Pereira de Araujo - Prefeito Municipal - Silvia Maria R. Teixeira Valota - Secretaria de Saude

ATA. Processo Administrativo Nº Sec Adm/Lic. 051/2019. Convite Nº 003/2019. Ás 09:00 horas do dia 30 de abril de 2019, reuniram-se a Comissão de Permanente de Licitações, designada pela Portaria nº 075 de 18 de abril de 2018, composta pelo Sr. Presidente Jonas Cavaretto da Silva Junior, os membros Samantha Ferreira Aguiar, Franciele Rodrigues Luciano Martins, Josiane Teixeira de Carvalho e Felipe Campos de Oliveira, neste ato os trabalhos são conduzidos por este servidor, designado Suplente do Presidente, na sala de Licitações situada a Avenida Olinda Silveira Cruz Brago, nº 215, Parque interlagos para recebimento dos envelopes de habilitação e proposta, sendo protocolados com horário máximo 09:00 horas conforme edital, sendo seu objeto: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA EXECUÇÃO DE RECUPERAÇÃO NOS ELEMENTOS ESTRUTURAIS E TRATAMENTO DAS PATOLOGIAS EXISTENTES DO VIADUTO DA RUA JOAQUIM JOSÉ, COM FORNECIMENTO DE MATERIAL E MÃO DE OBRA, NA RUA JOAQUIM JOSÉ CRUZAMENTO COM AS AVENIDAS PRESIDENTE CASTELO BRANCO E RUI BARBOSA. Foram convidadas pela Administração as empresas: JUSTA CONSTRUTORA EIRELI ME, G2O GERENCIAMENTO E OBRAS LTDA, EQUILIBRATA RECUPERAÇÃO DE ESTRUTURAS LTDA e CBX ENGENHARIA LTDA. Ressalte-se que as empresas CBX ENGENHARIA LTDA e G2O GERENCIAMENTO E OBRAS LTDA responderam negativamente em participar do certame, a empresa JUSTA CONSTRUTORA EIRELI ME mandaou o protocolo de recebimento e a empresa EQUILIBRATA RECUPERAÇÃO DE ESTRUTURAS LTDA não respondeu as tentativas de contato por e-mail e telefone. Foi aberta a palavra: Nada foi dito. Aberto a sessão não foram protocolados e nem recebidos nenhum envelope de empresas interessadas. O Suplente do Presidente DECLAROU O CERTAME DESERTO. Nada mais havendo, foi encerrada a presente sessão. FELIPE CAMPOS DE OLIVEIRA - SUPLENTE DO PRESIDENTE

ÁGUAS DE LINDOIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ÁGUAS DE LINDOIA

COMUNICADO
SUSPENSÃO TEMPORÁRIA DE EDITAL
Processo nº 050/2019
Edital nº 041/2019
Modalidade: TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2019
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM ENGENHARIA E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MÃO DE OBRA COM FORNECIMENTO DE MATERIAL – VISANDO A RESTRUTURAÇÃO DE AREAS TURISTICAS, CONFORME PROJETOS, MEMORIAL DESCRITIVO, PLANILHA ORÇAMENTÁRIA E CRONOGRAMA NOS TERMOS DO CONVÊNIO PMAL X DADETUR Nº 064/2015

A Prefeitura Municipal de Águas de Lindóia, através do Setor de Compras e Licitações, vem por meio deste informar a todos os interessados, com referência ao processo em epígrafe, o que segue:

Considerando o pedido de esclarecimento encaminhado via e-mail na data de 29/04/2019, formulado pela empresa CLAUDICEIA MACIEL VIANA SILVA – CPF 090.395.726-40 ME e FLASA ENGENHARIA E CONSTRUÇÕES LTDA, e diante da necessidade da Secretaria de Obras e Serviços Urbanos desenvolver estudos e atividades visando esclarecer as dúvidas levantadas, devido à complexidade da matéria, sendo necessário maior prazo para análise das questões apresentadas.

Diante do acima exposto o presente processo encontra-se suspenso temporariamente, até que sejam analisadas as dúvidas suscitadas, sendo que será posteriormente republicado o edital, com eventuais adequações e com os novos prazos, nos temos do disposto no § 4º do art. 21 da Lei Federal de Licitações nº 8.666/93 e demais alterações posteriores.

Cabe ressaltar que o presente comunicado está disponível no site oficial da Prefeitura Municipal de Águas de Lindóia (www.aguasdelindoia.sp.gov.br), sendo ainda que o referido processo se encontra disponível a todos os interessados para vistas. Águas de Lindóia, 30 de abril de 2.019.

Diderot Camargo Netto - Presidente da CJL

TERMO DE RATIFICAÇÃO

Eu, Gilberto Abdou Helou, Prefeito Municipal da Estância de Águas de Lindóia, Estado de São Paulo, RATIFICO a Dispensa de Licitação Nº 010/2019 – Processo nº 065/2019, referente à locação do imóvel localizado à no Condomínio Edifício Jose Antonio da Silveira, Praça Barão do Rio Branco, nº 21, Loja 27, Bloco B, município de Serra Negra, cujo locador é o Sr. CLAUDIO FIORANTI NETO (menor impúbere), representado por sua mãe Srª ANDREIA DE OLVEIRA, com fundamento no art. 24, inciso X, da Lei Federal das Licitações nº 8.666/93 e demais alterações posteriores, pelo valor de R$ 20.477,64 (vinte mil quatrocentos e setenta e sete reais e sessenta e quatro centavos), com valores mensais de R$ 1.706,47 (mil setecentos e seis reais e quarenta e sete centavos), pelo período de 12 (doze) meses.

Águas de Lindóia, 29 de abril de 2.019

Gilberto Abdou Helou - Prefeito Municipal

ALAMBARI

PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAMBARI

Proc. Adm. n.º 19/2019 – RATIFICAÇÃO de todos os termos do procedimento, AUTORIZANDO a DISPENSA de Licitação para a contratação de instituição bancária para a prestação de serviços especializados de cobrança, ou seja, conjunto de serviços de cobranças bancárias que o banco oferece a seus clientes, permitindo-lhes efetuar seus pagamentos por meio de documento próprio, denominado boleto de pagamento, nos seguintes canais de atendimento: Internet; Rede Bancária; Unidades Lotéricas e Correspondentes Bancários, no período de 12 meses, no importe anual de R$ 17.000,00 adjudicando a CAIXA ECONOMICA FEDERAL. Base legal: artigo 24, inciso II, da Lei 8.666/93. Alambari/SP, 30 de abril de 2019. HUDSON JOSÉ GOMES - Prefeito Municipal.

Pregão Presencial 04/2019 - Proc. Adm. 20/2019 - Torna-se público para conhecimento dos interessados o Pregão Presencial 04/2019 – cujo objeto é a escolha da proposta mais vantajosa para a CONTRATAÇÃO DE INSTITUIÇÃO FINANCEIRA PARA A CENTRALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PAGAMENTO DAS REMUNERAÇÕES E SALÁRIOS DOS SERVIDORES ATIVOS, INATIVOS E PENSIONISTAS E AGENTES POLÍTICOS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAMBARI, MEDIANTE CRÉDITO A SER EFETUADO EM CONTA-SALÁRIO, CONTA CORRENTE OU ASSEMELHADAS, DESDE QUE DESTA AVENÇA NÃO DECORRA QUALQUER CUSTO OU ÔNUS PARA OS BENEFICIÁRIOS. O Edital poderá ser adquirido no Paço Municipal à Rua Dahyr Rachid, 1245 Centro ou no site www.alambari.sp.gov.br. Data da abertura dos envelopes dia 14.05.2019 às 09:30 hrs. Alambari, 30 de abril de 2019. Hudson José Gomes - Prefeito.

Tomada de Preços 03/2019 - Proc. Adm. 23/2019. Torna público para o conhecimento dos interessados a Tomada de Preços 03/2019 – Cujo objeto é a Contratação de empresa especializada para Reforma da Praça Cyro Albuquerque, incluindo o fornecimento de material, equipamentos e mão de obra. O Edital poderá ser adquirido no Paço Municipal à Rua Dahyr Rachid, 1245 Centro ou no site www.alambari.sp.gov.br. Abertura dos envelopes dia 20.05.2019 às 14:00 hrs, sendo que as licitantes interessadas deverão possuir Cadastro de Registro Cadastral (CRC) junto a Prefeitura de Alambari/SP emitido até o dia 17 de maio de 2019, terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas. Alambari, 30 de abril de 2019. Hudson José Gomes – Prefeito.

Pregão Presencial 08/2019 - Proc. Adm. 22/2019. Torna público para o conhecimento dos interessados o Pregão Presencial 08/2019 – Cujo objeto é a Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de Transporte de Alunos da rede Municipal de Ensino de Alambari/SP, com o fornecimento do respectivo condutor e monitor, sendo 01 (um) veículo por linha, com data de fabricação não superior a 10 (dez) anos cada (contados da data da assinatura do contrato), e mais um veículo de reserva para substituição em casos de quebra ou manutenção dos demais. O Edital poderá ser adquirido no Paço Municipal à Rua Dahyr Rachid, 1245 Centro ou no site www.alambari.sp.gov.br. Abertura dos envelopes dia 15.05.2019 às 09:30 hrs. Alambari, 30 de abril de 2019. Hudson José Gomes - Prefeito.

ÁLVARES MACHADO

PREFEITURA MUNICIPAL DE ÁLVARES MACHADO

TOMADA DE PREÇO Nº 02/2019
AVISO DE LICITAÇÃO

A Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Álvares Machado, Estado de São Paulo, torna público que após análise ao recurso e contrarrazões apresentados na Tomada de Preços nº 02/2019, que tem como objeto a contratação de empresa para execução de obras de reforma da EMEIF Álvares Machado, e com base em Parecer emitido pelo Departamento de Obras do município, decidiu não dar provimento ao recurso apresentado pela empresa Tec Eng Construção Eireli, mantendo a decisão já exarada anteriormente, que a declarou "inabilitada", e ao mesmo tempo designa a data de 03 de maio de 2019 às 9 horas, na sala de licitações da Prefeitura Municipal de Álvares Machado, para a abertura do envelope 'proposta' da empresa Baimar Construção e Transporte Epp, para o qual convida seus representantes.

Álvares Machado, 30 de abril de 2019 – Comissão Permanente de Licitações.

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 16/2019

Encontra-se reaberto no Setor de Licitações da Prefeitura Municipal de Álvares Machado, Estado de São Paulo, o Pregão Presencial sob o nº 16/2019, do tipo menor preço por lote, para aquisição, instalação e configuração de um grupo semafórico, conforme especificações técnicas constantes do edital. A abertura dos envelopes dar-se-á no dia 15 de maio de 2019 às 9 horas. O edital em inteiro teor estará à disposição dos interessados de 2ª a 6ª feira, das 8h às 16h horas, na Praça da Bandeira s/nº - Centro - neste município de Álvares Machado – SP ou através do site www.alvaresmachado.sp.gov.br – aba "licitações" Quaisquer informações poderão ser obtidas no endereço acima ou pelo telefone (18) 3273-9300.

Álvares Machado, 30 de abril de 2019. - Roger Fernandes Gasques - Prefeito

AMERICANA

PREFEITURA MUNICIPAL DE AMERICANA

LICITAÇÕES
EDITAL DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO
* INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO N.º 009/2019
Processo n.º 21 153/2019.

OBJETO: "AQUISIÇÃO DE SENSORES E LEITORES FREE STYLE LIBRE EM CUMPRIMENTO DE ORDEM JUDICIAL".

Contratante: PREFEITURA MUNICIPAL DE AMERICANA
Contratada: ABBOTT LABORATÓRIOS DO BRASIL LTDA – VALOR TOTAL R$ 34.640,10.
Fundamento legal: Art. 25, i da Lei Federal n.º 8.666/93.
Ratificação: Secretário de Administração, em 29 de Abril de 2019.

Eu, Luciane Carloni, matrícula n.º 11.215 conferi o presente. Eu, José Eduardo da Cruz Rodrigues Flores, Secretário de Administração Interino, autorizei a publicação oficial. Americana, 30 de Abril de 2019.

DEPARTAMENTO DE ÁGUA E ESGOTO

Edital de Abertura de Licitação
PREGÃO PRESENCIAL Nº 19/19
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 5.258/2019

OBJETO: Contratação de empresa para fornecimento de insumos para a geração de dióxido de cloro destinado ao tratamento de água potável para consumo humano, com fornecimento em comodato de gerador de dióxido de cloro e tanques para armazenamento dos produtos químicos, na estação de tratamento, para tratamento de água de abastecimento público de acordo com as especificações constantes na NBR 15784 e Portaria de Consolidação nº 05 de 28/09/2017, do Ministério da Saúde ou outra que a substitua, com entregas parceladas, durante 24 meses, conforme especificações e quantidades constantes no Termo de Referência.

Data da Realização : 14/05/2019
Início da Sessão Pública: 9h
Local: Rua dos Estudantes, 333, Bairro Cordenonsi
Fones: (19) 3471 2904 / 2914 Fax: (19) 3471 2948
Email: adm@daeamericana.com.br
O Edital está disponível através do site: www.daeamericana.com.br link: Editais e Licitações. Pregões

Americana, 30 de Abril de 2019.
Fernando Bryan Frizzarin - Divisão de Administração

EDITAL DE SUSPENSÃO DE PREGÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 18/19
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 5.126/2019

OBJETO: Aquisição de inversores de frequência em média tensão 4KV AFE, incluindo serviços de supervisão, comissionamento, start-up e treinamento, conforme quantidades e especificações constantes no Termo de Referencia.

OBS.: Levamos ao conhecimento dos interessados que, o Pregão Presencial nº 18/19, previsto para dia 02/05/19 às 9h, fica SUSPENSO para análise de impugnação apresentada. A nova data será publicada posteriormente.

Americana, 30 de abril de 2019
Fernando Bryan Frizzarin - Divisão de Administração

FUNDAÇÃO DE SAÚDE

RELAÇÃO DE PRESTADORES DE SERVIÇO (RPA) MÊS 04/2019

A Diretoria Administrativa da Fundação de Saúde do Município de Americana-FUSAME comunica, a quem possa interessar, a relação de profissionais que prestaram serviços à FUSAME no mês de abril/2019 disponível no link:

http://www.fusame.com.br/sitio/balancetes/prestacao_servico/prest_serv.pdf

ANDRADINA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ANDRADINA

SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO

Extrato de Aditamento Contratual. Processo 19/19 – Pregão 15/19. Objeto: Aquisição de aparelhos de ar condicionado. Contratante: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE ANDRADINA. Contratado: TEMPERCLIMA REFRIGERAÇÃO EIRELI-EPP. Fica ajustado entre as partes o acréscimo no valor de R$ 31.185,00 (trinta e um mil, cento e oitenta e cinco centavos). As demais cláusulas e condições do contrato permanecem inalteradas. Data: 30 de abril de 2019. Tamiko Inoue – Prefeita.

ARAÇARIGUAMA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAÇARIGUAMA

EXTRATO HOMOLOGAÇÃO
Pregão Presencial nº 03/2019
Processo nº 14/2019

Objeto: Registro de Preços para contratação de empresa para locação com prestação de serviços de sonorização local e móvel, iluminação e imagem, para atender as solicitações das Secretarias na realização de eventos da municipalidade, conforme especificações contidas no Termo de Referência – anexo I.

A Prefeitura Municipal de Araçariguama torna público que o Senhor Secretário homologou o Pregão Presencial acima mencionado, onde sagrou-se vencedora a empresa PHD Soluções em Audio Ltda: Lote 1 - R$ 285.700,00; Lote 2 - R$ 365.000,00 - Lote 3 - R$ 722.865,00; Lote 4 - R$ 76.272,00 e Lote 5 - R$ 484.577,50

DATA DA HOMOLOGAÇÃO: 29/04/2019
Davi Ben Mamczur Gonçalves - Secretário de Cultura

ARAÇOIABA DA SERRA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAÇOIABA DA SERRA

Extrato de Termo de Fomento - TERMO DE FOMENTO Nº 010/2019. Lei Federal 13.019/2014, Decreto Federal 8.926/2016, Leis Municipais 2.135/2017, 2.136/2017, 2.137/2017. Termo de Fomento: PMAS - CNPJ: 46.634.069/0001-78 e a ASSOCIAÇÃO DE CONVIVÊNCIA NOVO TEMPO, CNPJ: 01.781.612/0001-21. Objeto: Serviço de convivência e fortalecimento de vínculos através do Projeto Novo Tempo Dia/Centro Dia para pessoas com deficiências, conforme plano de trabalho. Valor total: R$ 108.880,00 (cento e oito mil, oitocentos e oitenta reais), provenientes de recursos próprios, cuja despesa correrá a conta da dotação 02.10.01/08.242.0031.2077/335043, ficha 371 do orçamento corrente. Prazo de vigência 31/12/2019 - Araçoiaba da Serra 24 de abril de 2019 – Dirlei Salas Ortega – Prefeito Municipal.

TERMO DE RETIFICAÇÃO E ADITAMENTO. Pregão Presencial nº 035/2019. Processo Administrativo nº 063/2019. OBJETO: Aquisição de 01 (um) Caminhão acoplados a equipamento de elevação com Cesta Elevatória, para atender as necessidades do município de Araçoiaba da Serra. Diante do pedido de esclarecimento da empresa DIBRACAM COMERCIAL LTDA, acolhendo o parecer do Secretário de Obras e Serviços, fica RETIFICADO o seguinte: O TERMO DE RETIFICAÇÃO E ADITAMENTO encontra-se juntamente ao edital no site www.aracoiaba.sp.gov.br. Atendendo ao disposto no artigo 21 inciso 4º da Lei Federal 8.666/93, fica reabertos os prazos do edital. DATA DA REALIZAÇÃO: 13/05/2019. HORÁRIO DE INÍCIO DA SESSÃO: 09:30 hrs. LOCAL DA REALIZAÇÃO DA SESSÃO: Sala de Reunião – Localizada à Avenida Luane Milanda de Oliveira, nº 600, Bairro Jardim Salete, Cidade de Araçoiaba da Serra/SP - telefone (15) 3281-7000 – sead@aracoiaba.sp.gov.br. Permanecem ratificadas os demais itens do edital; Publique-se e comuniquem-se os interessados. Araçoiaba da Serra, 30 de abril de 2019. Dirlei Salas Ortega - Prefeito Municipal

ARARAQUARA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARAQUARA

DEPARTAMENTO DE ÁGUA E ESGOTO

TERMO DE REVOGAÇÃO.PREGÃO PRESENCIAL N.030/2019. PROCESSO DAAE n.2 135/2019.OBJETO:Contratação de empresa especializada para prestação de serviços na arborização urbana compreendendo a execução de podas em árvores urbanas, extrações em árvores urbanas, tratamento fitossanitário em árvores urbanas, destocamento de troncos, escarificações de raízes, aumento e abertura de canteiros de plantio, plantio de árvores urbanas, laudos tomográficos e trituração de todo material proveniente dos serviços, com o fornecimento de todos os materiais, equipamentos, veículos, caminhões, máquinas e operadores, locações, por um período de 12 (doze) meses.Considerando os diversos pedidos de esclarecimentos de vários itens do edital e as impugnações lançadas por pretensos interessados, cujos pedidos protocolados na Autarquia, evidenciam as dificuldades que os licitantes estão encontrando para elaboração de suas propostas, situação essa que persistindo, poderá afetar a participação das empresas interessadas, e ainda, a necessidade de inserir correções nas planilhas de composição de preços com melhor descritivo dos serviços pretendidos, determina, com fundamento no artigo 49, da Lei Federal n° 8666/1993, a REVOGAÇÃO do presente Pregão Presencial.Publique-se.Araraquara, 30 de abril de 2019.DONIZETE SIMIONI - Superintendente

SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

AVISO DE LICITAÇÃO – NOVA DATA

Tomamos público, para conhecimento dos interessados, que na PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARAQUARA, SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO E FINANÇAS, 3º ANDAR – SALA DE LICITAÇÕES – RUA SÃO BENTO, 840, CENTRO – Fone: (16) 3301-5000, com sede nesta cidade, realizará no dia e hora abaixo indicados, licitação na modalidade PREGÃO PRESENCIAL Nº 22/2019, PROCESSO Nº 1705/2019, do tipo "Menor valor global do lote ", que visa "CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA O FORNECIMENTO DE MARMITEX, POR UM PERÍODO DE 12 MESES, PODENDO SER ADITADO/PRORROGADO NAS FORMAS DA LEI, conforme especificações contidas no ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA".

O edital estará disponível no site da prefeitura: http://www.araraquara.sp.gov.br, e demais informações podem ser solicitadas através do e-mail: licitsocial@araraquara.sp.gov.br

INÍCIO DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS: Às 10h00 do dia 15 de Maio de 2019

INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS: Às 10h30 do dia 15 de Maio de 2019.

Araraquara, 30 de Abril de 2019.

JACQUELINE PEREIRA BARBOSA - Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social

JULIANA PICOLI AGATTE - Secretária de Gestão e Finanças

AVISO DE LICITAÇÃO

Tomamos público, para conhecimento dos interessados, que na SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL da PREFEITURA do município DE ARARAQUARA, – RUA 13 DE MAIO, 1264, VILA XAVIER – CEP 14810-086 – Fone: (16) 3301-1800, com sede nesta cidade, realizará no dia e hora abaixo indicados, licitação na modalidade PREGÃO PRESENCIAL Nº 27/2019, PROCESSO Nº 2034/2019, do tipo "Menor valor global do lote ", que visa "A CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA O FORNECIMENTO DE PASSAGEM DE IDA PARA OUTROS MUNICÍPIOS COM A FINALIDADE DE TRANSPORTAR OS ITINERANTES E MIGRANTES, QUE NÃO DESEJAM SE FIXAR NO MUNICÍPIO EM ATENDIMENTO A POLÍTICA PÚBLICA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL QUE DESENVOLVE PARTE DE SUAS AÇÕES JUNTO À POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA, CONFORME ANEXO I (TERMO DE REFERÊNCIA), POR UM PERÍODO DE 12 MESES, PODENDO SER ADITADO/PRORROGADO NAS FORMAS DA LEI"

O edital estará disponível no site da prefeitura: http://www.araraquara.sp.gov.br, e demais informações podem ser solicitadas através do e-mail: licitsocial@araraquara.sp.gov.br

INÍCIO DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS: Às 10h00 do dia 16 de Maio de 2019.

INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS: Às 10h30 do dia 16 de Maio de 2019.

Araraquara, 30 de Abril de 2019

JACQUELINE PEREIRA BARBOSA - Secretária Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social

ARUJÁ

CÂMARA MUNICIPAL DE ARUJÁ

EXTRATO DE ADITIVO CONTRATUAL
CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE ARUJÁ
CONTRATADA: TRAJETO ENGENHARIA E COMÉRCIO EIRELI
CNPJ N.º 82.244.971/0001-41
CONTRATO: 058/19
ADITIVO N.º 01/19
PROCESSO: 16853/18 - Tomada de Preço n.º 02/18
OBJETO: Contratação de Empresa Especializada em Serviços de Engenharia para Adequação de Projeto e Instalação de Sistema de Geração de Energia com Capacidade de 75Kwp Através de Placas Fotovoltaicas, nos Moldes do Anexo I - Termo de Referência com Readequação do Sistema de Ar Condicionado sobre o telhado da Câmara Municipal de Arujá
VIGÊNCIA: 01/05/2019 A 28/08/2019

ASSIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

COMUNICADO DE HABILITAÇÃO - CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 002/2018 - OBJETO: CREDENCIAMENTO E POSSÍVEL CONTRATAÇÃO DE PESSOA(S) JURÍDICA(S) PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANTÕES MÉDICOS. O Diretor Executivo da FEMA, no uso de suas atribuições que lhe são conferidas, e, em conformidade com a legislação em vigor, HABILITA a empresa a seguir identificada, participante do Processo de Chamamento Público em referência que objetiva a contratação da prestação de serviços eventuais de plantões médicos, através de médicos plantonistas regularmente inscritos no CRM – Conselho Regional de Medicina, junto ao UPA – Unidade de Pronto Atendimento de Assis: JDN CLÍNICA MÉDICA. Com o presente comunicado, abre-se vista ao processo e prazo recursal de 05 (cinco) dias. Assis, 30 de abril de 2019. - Eduardo Augusto Vella Gonçalves - Diretor Executivo

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA - Ref.: Processo 026/19 - Edital nº 023/19 – Concorrência nº 002/19 - Contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Getúlio Vargas, 1200, Assis (SP). E no site www.fema.edu.br. Informações: (18) 3302-1055. Assis (SP), 30 de abril de 2019. Maria Salete P. S. Elias – Presidente da Comissão de Licitações.

ATIBAIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ATIBAIA

RATIFICAÇÃO. PROCESSO N.º 14.241/19 – INEXIGIBILIDADE Nº 009/19 – RATIFICAÇÃO – Vistos, Ratifico a inexigibilidade de licitação para contratação de show musical com a banda "Melim" para o 354º Aniversário de Atibaia, a realizar-se no dia 21/06/2019, através da empresa MEU ABRIGO EMPREENDIMENTOS ARTÍSTICOS LTDA, no valor total de R$ 67.000,00 (sessenta e sete mil reais), com fundamento no artigo 25, inciso III de Lei de Licitações n.º 8.666/93, de acordo com o parecer da Procuradoria-Geral do Município constante nos autos, e determino a publicação na Imprensa Oficial no prazo de 05 (cinco) dias, em conformidade com o disposto no artigo 26 da Lei n.º 8.666/93, dispensando-se o Termo de Contrato com sua substituição pela Nota de Empenho de Despesa, nos termos do artigo 62 da Lei de Licitações. Retorna-se o processo à Secretaria de Administração para os fins legais. Prefeitura da Estância de Atibaia, aos 30 dias do mês de abril de 2019. Roberta Engle Barsotti de Souza – Secretária de Cultura. Secretaria de Administração, 30 de abril de 2.019. Daniela Marques Vieira Barbosa – Diretora do Departamento de Compras e Licitações.

AVISO DE SUSPENSÃO. PROCESSO N.º 8.555/2019. PREGÃO PRESENCIAL N.º 019/2019. OBJETO: Contratação de prestação de serviço de locação de veículos, sem motoristas e sem fornecimento de combustível, destinada ao uso da Secretaria de Educação, de forma parcelada, por um período de 12 (doze) meses. A Secretaria de Administração, no uso de suas atribuições, comunica aos interessados a SUSPENSÃO – SINE DIE do procedimento licitatório em referência para análise de questionamentos, conforme solicitação da Secretaria de Educação. DEMAIS INFORMAÇÕES. Departamento de Compras e Licitações, sito à Rua Bruno Sargiani, 100, Vila Rica. Fone: 11 4414-2510. SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO – DEPARTAMENTO DE COMPRAS E LICITAÇÕES, 30 de abril de 2.019. Daniela Marques Vieira Barbosa – Diretora do Departamento de Compras e Licitações.

C L. FEMA
Fls. nº 131-A

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

ERRATA – DATA DE ABERTURA

Ref.: Processo 026/2019 - **Edital n.º** 023/2019 – **Concorrência n.º** 002/2019 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

ONDE SE LÊ:

Data de Abertura: Dia 16/06/2019 às 09h30min.

LEIA-SE:

Data de Abertura: Dia 17/06/2019 às 09h30min.

Assis (SP), 03 de maio de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão de Licitações

C L. FEMA
Fls. nº 137

ARARAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARAS

SERVIÇO DE ÁGUA E ESGOTO E MEIO AMBIENTE

EXTRATO DE CONTRATOS E ADITIVOS REFERENTES AO MÊS DE MAIO DE 2019

Responsável: Ari Osvaldo Fischer Filho

CONTRATO nº 021/2019 – CONTRATANTE: SAEMA – Serviço de Água, Esgoto e Meio Ambiente do Município de Araras; OBJETO: Contratação de empresa para fornecimento da licença de uso de softwares (locação), com atualizações que garantam as alterações legais, corretivas e evolutivas, incluindo conversão de dados, implantação, treinamento e suporte ao usuário, de acordo com as especificações do Termo de Referência, Anexo I do Edital. CONTRATADA: GOVERNANÇABRASIL S/A TECNOLOGIA E GESTÃO EM SERVIÇOS.; ASSINATURA: 02/05/2019; VIGÊNCIA: 12 (doze) meses a partir da data de assinatura do Contrato; VALOR TOTAL: R$ 170.000,00; MODALIDADE: Pregão Presencial nº 003/2019.

Araras, 03 de maio de 2019.
Ari Osvaldo Fischer Filho
Presidente Executivo
Simone Ap. B. de Andrade dos Santos
Chefe da Divisão de Compras e Licitações

ARCO-ÍRIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARCO-ÍRIS

Processo nº14 /2019-Pregão Nº08/2019

Tendo em vista a contratação de que a empresa contratada LIERRE FARMACIA DE MANIPULAÇÃO LTDA, C.N.P.J: sob nº68.104.116/0001-04, não cumpriu com o requisito formal previsto no Edital de Convocação, item 6.1.2 (e), conforme deliberação, a administração podendo rever seus atos a qualquer momento, não havendo prejuízos para ambas as partes, DECIDE abrir prazo de 3 dias úteis para manifestação quanto a apresentação de justificativas. Sendo que a deliberação se encontra no seu inteiro teor nas dependências da Prefeitura e caso solicitado será encaminhada por email das licitantes. Arco-Iris SP, 2 de maio de 2019.

ARTUR NOGUEIRA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARTUR NOGUEIRA

SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO

Homologação - "Pregão Presencial" 004/2019 - Objeto: Pregão Presencial com ampla disputa para aquisição de 3.000 (três mil) caixa padrão em polipropileno, para 01 (um) hidrômetro expansível para 02 (dois), com logotipo SAEAN, NTS 303 (padrão Sabesp), com entrega parcelada, para padronização de novas ligações do Município, e bem como as existentes, conforme descrito no memorial anexo I. Tendo em vista o que nenhuma empresa participante tenha impugnado ou manifestado o interesse de recursos do presente certame, Homologo o presente certame, por via de consequência, o seu objeto: Taf Industria de Plásticos Ltda, com sua proposta como segue: Valor unitário conforme proposta apresentada, tendo como valor global para as 3.000 caixa padrão deste modelo: R$ 149 700,00 (Cento e Quarenta e Nove Mil e Setecentos Reais), demais condições conforme proposta apresentada. Artur Nogueira /SP, 30 de abril de 2019. Rodrigo Fernando Garcia - Presidente Superintendente

ASSIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

ERRATA - DATA DE ABERTURA. - Ref.: Processo 026/2019 - Edital n.º 023/2019 – Concorrência n.º 002/2019 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

ONDE SE LÊ: Data de Abertura: Dia 16/06/2019 às 09h30min. LEIA-SE: Data de Abertura: Dia 17/06/2019 às 09h30min. Assis (SP), 03 de maio de 2019. Maria Salete Porto Steiger Elias - Presidente da Comissão de Licitações

AVISO DE LICITAÇÃO ABERTA - EDITAL DE LICITAÇÃO N° 024/2019 - Ref.: PREGÃO PRESENCIAL Nº 013/2019 - DATA DA REALIZAÇÃO: 17/05/2019 às 09h30min. Registro de Preços de Bem Comum Visando a Confecção de Diplomas. Íntegra do Edital no site www.fema.edu.br - Informações: (18) 3302-1055 ou pelo e-mail compras@femanet.com.br ou licitacaofema@gmail.com. br Assis (SP), 03 de maio de 2019. Maria Salete Porto Steiger Elias – Pregoeira Oficial

ATIBAIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ATIBAIA

AVISO DE LICITAÇÃO. A Prefeitura da Estância de Atibaia, torna público para conhecimento dos interessados a abertura das seguintes licitações: PREGÃO ELETRÔNICO Nº 098/2019, PROCESSO Nº 13.544/2019, cujo o objeto é o registro de preços para eventual aquisição de material E.P.I., destinado ao uso dos servidores em diversas Secretarias desta Prefeitura, em cumprimento a lei 6.514 Port. 3.214/1978 – NR6 – M.T.E., com entregas parceladas, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 17/05/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 20/05/19 ÀS 08H30. PREGÃO ELETRÔNICO Nº 099/2019, PROCESSO Nº 14.247/2019, cujo o objeto é registro de preços para eventual aquisição material hospitalar - lista 02/2019 destinados ao uso nas unidades de saúde, da Secretaria Municipal de Saúde, com entregas parceladas, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 17/05/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 20/05/19 ÀS 08H30. PREGÃO ELETRÔNICO Nº 100/2019, PROCESSO Nº 3.976/2019, cujo o objeto é o registro de preços para eventual prestação de serviço de obras e serviços de instalações elétricas, fornecimento de material, equipamentos e mão de obra, para implantação e melhorias no sistema de iluminação pública e ornamental, no Município de Atibaia, com implantação luminária Led, de uso da Secretaria de Obras Públicas, de forma parcelada, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 17/05/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 20/05/19 ÀS 08H30. PREGÃO ELETRÔNICO Nº 101/2019, PROCESSO Nº 14.245/2019, cujo o objeto é o registro de preços para eventual aquisição de gêneros alimentícios, destinado ao consumo dos alunos da Rede Municipal de Ensino, da Secretaria de Educação, com entregas parceladas, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 21/05/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 22/05/19 ÀS 08H30.PREGÃO ELETRÔNICO Nº 102/2019, PROCESSO Nº 39.695/2018, cujo o objeto é o registro de preços para eventual aquisição de material E.P.I., destinado ao uso dos servidores desta Prefeitura, em cumprimento a lei 6.514/77 Port. 3.214/1978 – NR6 e NR35 – M.T.E., com entregas parceladas, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 21/05/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 22/05/19 ÀS 10h00. PREGÃO PRESENCIAL Nº 021/2019, PROCESSO Nº 11.612/2019, cujo objeto é a aquisição de ferramentas, materiais elétricos, e materiais para manutenção de bens móveis e imóveis, destinada ao uso da equipe de manutenção no atendimento as unidades escolares da Rede Municipal de Ensino, da Secretaria de Educação. ENTREGA DOS ENVELOPES E INÍCIO DA SESSÃO DE LANCES. "Proposta e Documentação", às 09 horas do dia 17 de maio de 2.019, na sala de Licitações, sita na R Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Atibaia/SP Para aquisição dos Editais os interessados deverão acessar os sites http://www.atibaia.sp.gov.br (Transparência Pública), ou, dirigir-se à sede da Prefeitura da Estância de Atibaia, nos dias úteis das 10h às 16h, mediante o recolhimento de emolumentos no valor de R$ 10,00 (dez reais). TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2019, referente ao PROCESSO Nº 14.242/2019, cujo objeto é a contratação de empresa sob regime de empreitada global, com fornecimento de materiais e mão de obra, para construção de novos banheiros, na EMEEIF Profa. Nize de Souza Barbosa Pecrim, da Secretaria de Educação. ENTREGA E ABERTURA DOS ENVELOPES às 14 horas do dia 22 de Maio de 2.019, na Sala de Licitações da Secretaria de Administração, à Rua Bruno Sargiani, 100, Vila Rica – Atibaia/SP Para aquisição de cópias do edital os interessados deverão acessar site www.atibaia.sp.gov.br, ou, dirigir-se à sede da Prefeitura da Estância de Atibaia, nos dias úteis da 10hs às 16 hs, mediante o recolhimento de emolumentos no valor de R$ 50,00. DEMAIS INFORMAÇÕES. Departamento de Compras e Licitações, sito à R Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Fone: 11 4414-2510 Secretaria de Administração – Departamento de Compras e Licitações, 03 de maio de 2019. -Daniela Marques Vieira Barbosa- Diretora do Departamento de Compras e Licitações. COMUNICADO DE CHAMAMENTO PÚBLICO. A Prefeitura da Estância de Atibaia, por meio da Secretaria de Administração, torna público e dá conhecimento aos interessados que, mediante o Chamamento Público nº 009/2019, Processo nº 14.237/19, regido pela Lei Federal nº 9.637/98, Lei Complementar Municipal 457/05 e Decreto Municipal nº 8.491/18, bem como instrução 02/2016, com sua alteração posterior do Egrégio Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, para qualificação como ORGANIZAÇÃO SOCIAL no município de Atibaia, para futura celebração de contrato de Gestão na área de Saúde, para os serviços de urgência/emergência e hospitalares. RECEBIMENTO, ABERTURA E INÍCIO DA SESSÃO PÚBLICA: Os envelopes contendo a documentação das entidades interessadas deverão ser entregues na Sala de Licitações da Secretaria de Administração, à Rua Bruno Sargiani, 100, Vila Rica – Atibaia/SP no dia 06/05/2019 às 09 horas. Informamos os interessados que o Edital de Chamamento na íntegra está disponível no site da Prefeitura da Estância de Atibaia, www.atibaia.sp.gov.br. DEMAIS INFORMAÇÕES. Departamento de Compras e Licitações, sito à Rua Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Fone: 11 4414-2510. Secretaria de Administração – Departamento de Compras e Licitações, 03 de maio de 2019. -Daniela Marques Vieira Barbosa- Diretora do Departamento de Compras e Licitações

AVANHANDAVA

PREFEITURA MUNICIPAL DE AVANHANDAVA

TERMO DE HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO
Processo nº 025/2019
Tomada de Preços nº 002/2019

OBJETO: Contratação de empresa para construção de abrigo para a frota de ônibus escolar, conforme projeto, memorial descritivo, planilha orçamentária e cronograma físico financeiro constante do Anexo I. HOMOLOGO a decisão proferida pela Comissão de Licitações e ADJUDICO, com base na manifestação do Procurador Geral do Município, para que produza seus regulares efeitos, o objeto da presente licitação a empresa L.C. Moreno Engenharia Ltda EPP, inscrita no CNPJ. 09.327.157/0001-90, estabelecida a Avenida da Saudade, 1853, Jardim do Bosque, CEP: 16.370-000, na cidade de Promissão-SP, pelo valor total de R$ 123.935,81 (cento e vinte e três mil novecentos e trinta e cinco reais e oitenta e um centavos).Avanhandava, 03 de maio de 2019. Ciro Augusto Moura Veneroni-Prefeito Municipal

Contrato nº 043/2019
Pregão Presencial nº 009/2019
Processo nº 022/2019
Contratante: Prefeitura Municipal de Avanhandava
Contratado: Centro de Serviços de Saúde Medical
Objeto: Prestação de serviços médicos sob regime de plantões a serem prestados na forma de plantão em todos os dias da semana, divididos em turnos de 12 horas, conforme anexo I
Vigência: doze meses a contar de 10.05.2019
Valor total do contrato: R$ 733.540,50
Avanhandava, 03 de maio de 2019.
Ciro Augusto Moura Veneroni-Prefeito Municipal

AVARÉ

PREFEITURA MUNICIPAL DE AVARÉ

AVISOS DE EDITAIS
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 006/19 – PROCESSO Nº 123/19

Objeto: Contratação de empresa para realização de auditoria e perícia técnica em comportamento mesperado do sistema de gestão municipal, conforme edital

Data de Encerramento: 24 de junho de 2019 às 09:30 horas, Dep. Licitação.

Data de abertura: 24 de junho de 2019 às 10 horas.

Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 Ramal 229 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 03 de maio de 2.019 – Érica Marin Henrique – Presidente da Comissão Permanente para Julgamento de Licitações.

PREGÃO ELETRÔNICO Nº.032/19 – PROCESSO Nº 127/19

Objeto: Registro de preço para futura aquisição de equipamentos para manuseio de materiais e transporte de caixas e volumes para uso no Almoxarifado da Saúde

Recebimento das Propostas: 07 de Maio de 2.019 das 10 horas até 16 de Maio de 2.019 às 08 horas

Abertura das Propostas: 16 de Maio de 2.019 das 08h30min às 09h30min

Início da Sessão: 16 de Maio de 2019 às 10h30min

Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.bilcompras.org.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 03 de Maio de 2.019 – Andréia de Fátima Fragoso – Pregoeira.

PREGÃO PRESENCIAL Nº. 055/19 – PROCESSO Nº. 125/19
ABERTO PARA TODAS AS EMPRESAS

Objeto: Registro de preços para eventual contratação futura de empresa para locação, montagem e desmontagem de tendas e fechamentos para eventos de toda a municipalidade.

Data de Encerramento: 20 de maio de 2.019 das 08h30min às 09 horas, Dep. Licitação.

Data de abertura: 20 de maio de 2.019 às 09 horas.

Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 03 de maio de 2.019 – Crislaine Aparecida Santos – Pregoeira.

ADJUDICAÇÃO
Concorrência Pública nº 001/19 – Processo nº 008/19

Fica ADJUDICADA a Concorrência Pública 001/19 à empresa J. QUINTILIANO TEIXEIRA ME, no valor mensal de oferta de R$ 1.250,00 (um mil, duzentos e cinquenta reais), objetivando a concessão, para uso e exploração, da Lanchonete e Conveniência do Horto Florestal. Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 03 de maio de 2.019 – Judésio Borges – Secretário Municipal de Meio Ambiente da Estância Turística de Avaré

HOMOLOGAÇÃO CONCORRÊNCIA PUBLICA
Concorrência Pública nº 001/19 – Processo nº 008/19

Fica HOMOLOGADA a Concorrência Pública 001/19 à empresa J. QUINTILIANO TEIXEIRA ME, objetivando a concessão, para uso e exploração, da Lanchonete e Conveniência do Horto Florestal. Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 03 de maio de 2.019 – Judésio Borges – Secretário Municipal de Meio Ambiente da Estância Turística de Avaré

HOMOLOGAÇÃO PREGÃO ELETRÔNICO

Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde Estância Turística de Avaré, Estado de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto Municipal nº 4.813/17 e conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa MARCELO DE JESUS FRANCO ME, responsável pelo fornecimento de equipamentos para montagem de rack lógico para Unidade de Pronto Atendimento/Pronto Socorro, relativa ao Pregão Eletrônico nº 019/19 – Processo nº 070/19. Homologado em: 02/05/2.019.

Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde Estância Turística de Avaré, Estado de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto Municipal nº 4.813/17 e conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa CIRÚRGICA SÃO FELIPE PRODUTOS PARA SAUDE EIRELI, responsável pelo registro de preços para eventual aquisição de frascos de aspiração para o Pronto Socorro/Unidade de Pronto Atendimento, relativo ao Pregão Eletrônico nº 024/19 – Processo nº 093/19. Homologado em 02/05/2.019.

HOMOLOGAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL

Adriana Moreira Gomes – Secretária Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social da Estância Turística de Avaré, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto nº 4.813/17, conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA as empresas MERCADO ABAVIL LTDA ME (lotes 03, 04, 06, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15 e 16) e ZUB DISTRIBUIDORA LTDA ME (lotes 01, 02, 05 e 07), objetivando o registro de preços para eventual aquisição futura de gêneros alimentícios para os equipamentos da Semads, relativo ao Pregão Presencial nº 008/19 – Processo nº 020/19 Homologado em: 09/04/2019.

Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal de Saúde da Estância Turística de Avaré, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto nº 4.813/17, conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa MARIA LUCIA LEARDINI EIRELI ME objetivando o registro de preços para eventual aquisição futura de água mineral para a Vigilância Sanitária, relativo ao Pregão Presencial nº 038/19 – Processo nº 084/19. Homologado em: 15/04/2019

Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal de Saúde da Estância Turística de Avaré, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto nº 4.813/17, conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa FUCA COMUNICAÇÃO VISUAL, FACHADAS E SERVIÇOS LTDA EIRELI objetivando a contratação de empresa para desenvolvimento de layout e confecção de placas e banners para identificação da nova Unidade de Pronto Atendimento, relativa ao Pregão Presencial nº 047/19 – Processo nº 104/19 - Homologado em: 29/04/2019

Pregão Presencial nº. 050/19 – Processo nº 109/19

Fica HOMOLOGADO o Pregão Presencial 050/19 à empresa JOICE ARIANA SCHIMIDT 32856716881, objetivando o registro de preços para eventual aquisição futura de hortifrutis para o Centro Social Urbano (CSU). Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 03 de maio de 2.019 – Leonardo Pires Ripoli – Secretário Municipal de Esportes da Estância Turística de Avaré

RATIFICAÇÃO DE INEXIGIBILIDADE
Inexigibilidade de Licitação nº 007/19 – Processo nº 118/19

Fica ratificada a Inexigibilidade de Licitação à RONEIA FORTE CORREA ME, no valor global de R$ 19.500,00 (Dezenove mil e quinhentos reais), objetivando a realização de show artístico musical do GRUPO KATINGUELÊ no dia 12 de maio de 2.019, nas festividades em comemoração ao Dias das Mães, tradicionalmente realizada no Bairro Jardim – Praças das Mães em Avaré/SP, com fulcro no artigo 25 da Lei Federal 8.666/93. Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 29 de abril de 2.019 – Diego Beraldo – Secretário Municipal da Cultura da Estância Turística de Avaré

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO PREGÃO ELETRÔNICO
Modalidade: Pregão Eletrônico nº 024/19 – Processo nº 093/19
Órgão Gerenciador: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Detentora: CIRÚRGICA SÃO FELIPE PRODUTOS PARA SAUDE EIRELI
Objeto: Registro de preços para eventual aquisição de frascos de aspiração para o Pronto Socorro/Unidade de Pronto Atendimento
Valor Global: R$ 4.800,00 (Quatro mil e oitocentos reais)
Data da Assinatura da Ata de Registro de Preços: 02/05/2.019

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO PREGÃO PRESENCIAL
Modalidade: Pregão Presencial nº. 008/19 – Processo nº 020/19
Órgão Gerenciador: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Detentora: MERCADO ABAVIL LTDA ME (lotes 03, 04, 06, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15 e 16)
Valor Global: R$ 107.718,80 (cento e sete mil setecentos e dezoito reais e oitenta centavos)
Detentora: ZUB DISTRIBUIDORA LTDA ME (lotes 01, 02, 05 e 07)
Valor Global: R$ 32.676,20 (trinta e dois mil seiscentos e setenta e seis reais e vinte centavos)
Objeto: registro de preços para eventual aquisição futura de gêneros alimentícios para os equipamentos da Semads.
Data da Assinatura da Ata de Registro: 09/04/2019
Modalidade: Pregão Presencial nº 038/19 – Processo nº 084/19
Órgão Gerenciador: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Detentora: MARIA LUCIA LEARDINI EIRELI ME
Objeto: registro de preços para eventual aquisição futura de água mineral para a Vigilância Sanitária.
Valor Global: R$ 24.962,50 (vinte e quatro mil novecentos e sessenta e dois reais e cinquenta centavos)
Data da Assinatura da Ata de Registro de Preços. 15/04/2019
Modalidade: Pregão Presencial nº 050/19 – Processo nº 109/19
Órgão Gerenciador: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Detentora: JOICE ARIANA SCHIMIDT 32856716881
Objeto: Registro de Preços para eventual aquisição futura de hortifrutis para o Centro Social Urbano (CSU).
Valor: R$ 17.839,64 (dezessete mil, oitocentos e trinta e nove reais e sessenta e quatro centavos)
Data da Assinatura da Ata de Registro de Preços. 03/05/2.019

EXTRATO DE CONTRATO DE CARONA
Modalidade: Pregão Eletrônico nº 19/2017 para Registro de Preços – Contrato nº 130/2019
Contratante: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Contratada. MAN LATIN AMÉRICA INDUSTRIA E COMÉRCIO DE VEÍCULOS LTDA
Objeto: Aquisição de veículos de transporte escolar diário de estudantes, denominado de Ônibus Rural Escolar (ORE)
Valor Global: R$ 228.912,00 (Duzentos e vinte e oito mil, novecentos e doze reais)
Data da Assinatura do Contrato: 17/04/2.019

EXTRATO DE CONTRATO DE CONCORRÊNCIA PUBLICA
Modalidade: Concorrência Pública nº 001/19 – Processo nº 008/19
Contratante: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Contratada: J. QUINTILIANO TEIXEIRA ME
Objeto: Concessão, para uso e exploração, da Lanchonete e Conveniência do Horto Florestal.
Valor Mensal de Oferta R$ 1.250,00 (um mil, duzentos e cinquenta reais)
Data da Assinatura do Contrato. 03/05/2.019

EXTRATO DE CONTRATO DE INEXIGIBILIDADE
Modalidade: Inexigibilidade de Licitação nº 007/19 – Processo nº 118/19
Contratante: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Contratada: RONEIA FORTE CORREA ME
Objeto: Contratação de empresa para realização de show artístico musical do GRUPO KATINGUELÊ no dia 12 de maio de 2.019, nas festandades em comemoração ao Dias das Mães, tradicionalmente realizada no Bairro Jardim – Praças das Mães em Avaré/SP, conforme solicitação da Secretaria Municipal da Cultura
Valor Global R$ 19.500,00 (Dezenove mil e quinhentos reais)
Data da Assinatura do Contrato: 29/04/2.019

EXTRATO DE CONTRATO PREGÃO ELETRÔNICO
Modalidade: Pregão Eletrônico nº019/19 – Processo nº070/19
Contratante: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Contratada: MARCELO DE JESUS FRANCO ME
Objeto: Aquisição de equipamentos para montagem de rack lógico para Unidade de Pronto Atendimento/Pronto Socorro
Valor Global: R$ 23.457,53 (Vinte e Três mil, quatrocentos e cinquenta e sete reais e cinquenta e três centavos)
Data da Assinatura do Contrato:02/05/2.019

TERMO DE PRORROGAÇÃO
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 009/18 – PROCESSO Nº 130/18 (Contrato nº 161/18), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e empresa TMK ENGENHARIA S.A, objetivando o fornecimento de materiais, máquinas, equipamentos e mão de obra para execução de pavimentação asfáltica em C.B.U.Q., guias e sarjetas e unidades de rampas de acessibilidade em algumas vias do município de Avaré/SP, com prorrogação do prazo de vigência até 05 de junho de 2.019. Alexandre Leal Nigro – Secretário Municipal de Planejamento e Transportes da Estância Turística de Avaré

Fica PRORROGADO o contrato na modalidade DISPENSA DE LICITAÇÃO Nº 057/14 – PROCESSO Nº 314/14 (Contrato nº 301/14), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e os Senhores APARECIDO LEONARDO POMPEO e HERMINIA FERREIRA GUIMARÃES, objetivando a locação de imóvel na Rua Piauí, nº 1.077, para instalação do Departamento de Médico Pessoal – DEMEP, com prorrogação do prazo até 30 de abril de 2.020, no valor global de R$ 22.525,08 (Vinte e dois mil, quinhentos e vinte e cinco reais e oito centavos). Diego Beraldo – Secretário Municipal da Cultura da Estância Turística de Avaré

Fica PRORROGADO o contrato na modalidade PREGÃO PRESENCIAL Nº 031/17 – PROCESSO Nº 086/17 (Contrato nº 143/17), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e a empresa IGO DE OLIVEIRA BRITO 36430762823, objetivando a prestação de serviços de aulas de dança infantil, juvenil e melhor idade nas Oficinas Culturais "José Reis Filho", com prorrogação do prazo até 02 de maio de 2.020, no valor global de R$ 14.400,00 (Quatorze mil e quatrocentos reais) Diego Beraldo – Secretário Municipal da Cultura da Estância Turística de Avaré

TERMO DE REVOGAÇÃO
Fica REVOGADA a licitação na modalidade do PREGÃO ELETRÔNICO Nº 022/19, PROCESSO Nº 088/19, que tem por objeto o registro de preço para futura aquisição de equipamentos para manuseio de materiais e transporte de caixas e volumes para uso no Almoxarifado da Saúde, conforme preceitua o artigo 49, primeira parte, da Lei nº8.666/93, c/c a Súmula 473 do Supremo Tribunal Federal. Revogada em: 02/05/2.019. Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde da Estância Turística de Avaré

Fica REVOGADA a licitação na modalidade PREGÃO PRESENCIAL Nº 034/19 – PROCESSO Nº 080/19, objetivando a contratação de empresa especializada para dedetização do Cemitério Municipal, conforme preceitua o artigo 49, primeira parte da Lei 8.666/93 c/c a Súmula 473 do Supremo Tribunal Federal. Revogada em: 29/04/2.019 Abelardo Ferreira Mendes – Secretário Municipal de Serviços.

NOTIFICAÇÃO Nº 068/19
À Empresa SANTOS & MAYER LTDA EPP
Ref. Pregão Presencial nº 067/16 – Processo nº 200/16 – Contrato nº 212/16

Considerando a Comunicação Interna nº 517219, enviada pelo Departamento de Tecnologia da Informação, onde informa que realizou diversas tentativas de contato com a referida empresa, para a realização de reparos no computador Positivo série 1AF10FR8Q, que se encontra com o HD danificado, mas não obteve resposta

Fica a empresa SANTOS & MAYER LTDA EPP, NOTIFICADA para que no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar desta, providencie a regularização da situação supracitada, sob pena das medidas cabíveis previstas em contrato, cabendo até mesmo aplicação de pena em pecúnia.

BÁLSAMO

PREFEITURA MUNICIPAL DE BÁLSAMO

Extrato de Edital

Edital: 23/2019 Órgão: Prefeitura Municipal de Bálsamo Objeto: Aquisição de Materiais Permanente e Equipamento para Fundo Municipal da Saúde Modalidade Pregão Presencial nº 17/2019 Encerramento: 20/05/2019 Edital completo e demais informações serão obtidas na Secretaria desta Prefeitura Municipal, de 2ª a 6ª feira, das 8:00 às 12:00 horas.

BANANAL

PREFEITURA MUNICIPAL DE BANANAL

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRONICO Nº 04A/2019. OBJETO: REGISTRO DE PREÇOS PARA AQUISIÇÃO DE MEDICAMENTO E MATERIAL MEDICO-HOSPITLAR PARA ATENDER A MANDADO JUDICIAL. Início da Disputa de Preço: 17/05/2019 às 10:00 horas. Adquira seus editais nos endereços eletrônicos: www.bbmnet.com.br ou www.bananal.sp.gov.br Dúvidas: (12)3116-9020 / Setor de Licitações

BARÃO DE ANTONINA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARÃO DE ANTONINA

Chamada Pública nº 002/2019, Processo Licitatório nº 069/2019

OBJETO Aquisição de Alimentação Escolar da Agricultura Familiar Conforme Lei 11.947/2009 e Resolução/CD/FNDE nº 38 de 16/07/2009, com alterações introduzidas pela Resolução/CD/FNDE nº 25 de 04/07/2012 do Ministério da Educação, atualizado pela Resolução nº 26 de 17 de junho de 2013 e alterações posteriores

TERMO DE ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO
MARIA ROSA BUENO DE MEIRA, Prefeita Municipal de Barão de Antonina, no exercício das atribuições que lhe focultam o cargo, TORNA PÚBLICO e para conhecimento de todos os interessados, que ADJUDICA em favor do GRUPO INFORMAL

EDITAL DE INTERDIÇÃO

Armando Carneiro Filho, Oficial do Cartório de Registro de Imóveis da Comarca de Mairiporã, faz saber que o **Sr. NIELS ERIK HEDEAGER** e **sua mulher SARA LEVINA MAC FADDEN**, ficam NOTIFICADOS a comparecer ao mencionado Cartório, sito à Travessa Francisco Galrão de França Sobrinho, nº10, 1º andar, Centro, Mairiporã/SP, para tomar conhecimento ao **PEDIDO DE RETIFICAÇÃO ADMINISTRATIVA DE REGISTRO**, tendo por objeto um **TERRENO URBANO, *constituído pelo LOTE 30 (TRINTA) da QUADRA "O", do loteamento denominado "PARQUE CERROS VERDES", Cadastrado na Prefeitura Municipal de Mairiporã, sob nº04.59.04.30, objeto da matrícula 34.498,*** apresentado por **MAGALI MOREIRA BRAGA DE CARVALHO**, inscrita no CPF/MF sob nº053 644.378-50, **PROTOCOLADO sob nº82.620**, em 11 de janeiro de 2019, em cujo levantamento topográfico, constou V. S. como confrontantes do imóvel, razão pela qual ficam **NOTIFICADOS** para que se manifestem a respeito da retificação mencionada no **PRAZO DE 15 (QUINZE) DIAS, contados a partir da publicação deste edital.**

ARMANDO CARNEIRO FILHO - OFICIAL

EDITAL DE CITAÇÃO - PRAZO DE 20 DIAS. PROCESSO Nº 1008356-35.2015 8.26.0068. O MM. Juiz de Direito da 1ª Vara Cível, do Foro de Barueri, Estado de São Paulo, Dr. BRUNO PAES STRAFORINI, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a ALEX SANDRO DA SILVA PEREIRA, CPF 234.692.438-59, que Banco Bradesco Cartões S.A, lhe ajuizou ação de Cobrança, de Proced Comum, para declarar rescindido o contrato de empréstimo pactuado Cartão de crédito/compra (contrato n.º 4551811064536803 e demais números(eventuais outros plásticos); da bandeira VISA, do produto VISA NACIONAL NÃO FUNC), pelo inadimplemento do demandado, bem como condená-lo ao pagamento da quantia R$ 69.659,71 (02/05/2015), atualização da última fatura, reconhecendo a aplicação de multa 2%, juros de 1% ao mês e correção monetária segundo índices oficiais (INPC). Encontrando-se o requerido em lugar incerto e não sabido, foi deferida a citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após o prazo de 20 dias supra, ofereça resposta, sob pena de presumirem-se como verdadeiros os fatos alegados. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de Barueri, aos 01 de março de 2019.

fema
Fundação Educacional do Município de Assis

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA

Ref.: Processo 026/19 - Edital nº 023/19 – Concorrência nº 002/19 - Contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Getúlio Vargas, 1200, Assis (SP). E no site www.fema.edu.br, Informações: (18) 3302-1055.

Assis (SP), 30 de abril de 2019.

Maria Salete P. S. Elias – Presidente da Comissão de Licitações

FUNDAÇÃO FACULDADE DE MEDICINA - ICESP

CNPJ nº 56.577.059/0006-06

COMPRA PRIVADA - ICESP 789/2019

A FFM/ICESP, entidade filantrópica privada sem fins lucrativos, através do Departamento Contratos e Compras, situado na Avenida Dr. Arnaldo, 251 – Cerqueira César - São Paulo – SP, torna pública a abertura do processo de compra, do tipo **MENOR PREÇO**, para contratação e fornecimento de **LICENÇA APPLIANCE SONICWALL ADVANCED GATEWAY SECURITY SUITE BUNDLE FOR NSA 5600**, cujos detalhes estão disponíveis no site do iCESP (www.icesp.org.br), e que será regido pelo **Regulamento de Compras da FFM.**

EDITAL DE CITAÇÃO - PRAZO DE 20 DIAS PROCESSO Nº 1022583-23.2014.8.26.0405. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 1ª Vara Cível, do Foro de Osasco, Estado de São Paulo, Dr(a) FERNANDO DOMINGUEZ GUIGUET LEAL, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a Nelson Luiz Ribeiro CPF 102.158.638-28 e a Susan Meire de Araújo Ribeiro CPF 052.350.878-60 que Himalaia Construções Empreendimentos e Participações Ltda ajuizou Ação de Procedimento Comum para cobrança de R$ 1.664.347,71 (atualizado até nov/16) decorrente dos encargos moratórios não pagos, aluguéis e Iptu's no período compreendido entre dez/11 a dez/15, conforme planilha de débito (fls. 240/241) em relação ao contrato de locação do imóvel comercial sito na Rua Luis Henrique de Oliveira nº. 48, Capital/SP. Estando a ré em lugar ignorado, expede-se o edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 supra, conteste o feito, sob pena de confissão e revelia, ficando advertida, nesta última hipótese, da nomeação de curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de Osasco, aos 16 de abril de 2019. K-30/04e01/05

PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCHAL

PREGÃO PRESENCIAL. Torna público aos interessados que foi FRACASSADO o Pregão Presencial 21/19 – Processo 1553/19, cujo objeto é o registro de preços para a aquisição de materiais de pneus, câmaras e protetores. Devido a empresa MARIA CRISTINA PERAZZA TAMBORRINO IMPORTADORA E EXPORTADORA – EPP não ter apresentando sequer um dos documentos exigido no itens 3.2. do Anexo VI do certame supracitado. Desde já os autos estão à disposição dos interessados no Depto de Licitação desta municipalidade. Conchal, 30 de abril de 2019. Luiz Vanderlei Magnusson – Prefeito Municipal.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE CONCHAL

PREGÃO PRESENCIAL. Torna público aos interessados que está aberto o Pregão Presencial 32/19, Processo 2300/19 – Objeto: Registro de preços para aquisição de fraldas para o Depto de Saúde – Encerramento dia 17/05/19 às 09:30 e abertura às 10:00 horas – O edital completo poderá ser adquirido no site www.conchal.sp.gov.br e ou pelo e-mail: licitacao@conchal.sp.gov.br – Maiores informações poderão ser obtidas na Rua Franciaco F. Alves 364, Centro, Conchal SP, nos dias úteis das 08:00 às 16:00 horas ou através do telefone (19) 3865-8600. Conchal, 30 de abril de 2019. Thiago dos Santos Maria – Pregoeiro.

COSALT Cooperativa de Serviços, Locações e Transportes - C.N.P.J. nº 04.950.285/0001-82. **Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária - COSALT Cooperativa de Serviços, Locações e Transportes,** convoca seus associados para participar da **Assembleia Geral Extraordinária**, que será realizada no dia 15 de maio de 2019, na sede da cooperativa, Rua Heróis da FEB, nº 9, Parque Novo Mundo, São Paulo, em primeira chamada às 16:00 horas, em segunda às 17:00 horas e em terceira e última, às 18:00 horas, para deliberar a seguinte Ordem do Dia: 1 - Reforma Estatutária; 2 - Alteração do Objeto Social. Luiz Roberto Cursi, CPF nº 034.551.688-50 - Presidente.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAMBARI
ESTADO DE SÃO PAULO
SETOR DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

Tomada de Preços 03/2019 - Proc. Adm. 23/2019

Torna público para o conhecimento dos interessados a Tomada de Preços 03/2 Contratação de empresa especializada para Reforma da Praça Cyro Albuquerq cimento de material, equipamentos e mão de obra. O Edital poderá ser adquiri à Rua Dahyr Rachid, 1245 Centro ou no site www.alambari.sp.gov.br. Abertu 20.05.2019 às 14:00 hrs, sendo que as licitantes interessadas deverão possuir Cadastral (CRC) junto a Prefeitura de Alambari/SP emitido até o dia 17 de maio anterior à data do recebimento das propostas.

Alambari, 30 de abril de 2019. **Hudson José Gomes** – Prefe

PREFEITURA MUNICIPAL DE ALAMBARI
ESTADO DE SÃO PAULO
SETOR DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

Pregão Presencial 08/2019 - Proc. Adm. 22/2019

Torna público para o conhecimento dos interessados o Pregão Presencial 08/20 Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de Transport Municipal de Ensino de Alambari/SP, com o fornecimento do respectivo condutor (um) veículo por linha, com data de fabricação não superior a 10 (dez) anos cad da assinatura do contrato), e mais um veículo de reserva para substituição em manutenção dos demais. O Edital poderá ser adquirido no Paço Municipal à Rua Centro ou no site www.alambari.sp.gov.br. Abertura dos envelopes dia 15.05.201

Alambari, 30 de abril de 2019. **Hudson José Gomes** - Prefei

FUNDAÇÃO FACULDADE DE MEDI

ABERTURA DE PROCESSO DE COMPRA

Entidade filantrópica privada sem fins lucrativos, através do Departamento de M Avenida Rebouças nº 381, São Paulo – SP, torna pública a abertura dos proc **PRIVADA**, cujos detalhes estão disponíveis no site da FFM (www.ffm.br), e que seu **Regulamento de Compras:** Tipo **MENOR PREÇO: FFM 153-19-01-CP** – de serviços de "FORNECIMENTO E INSTALAÇÃO DE PLATAFORMA

C L. FEMA
Fls. nº 1343

housecriativa
comunicação

Bauru, 20 de maio de 2019.

À
FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, Estado de São Paulo

COMISSÃO DE LCITAÇÃO

Ref.: **Edita Nº 023/2019 / Processo Licitatório Nº 026/2019**
Concorrência Nº 002/2019

Prezados(as) senhores(as),

Dirigimo-nos a Comissão Permanente de Licitação com o objetivo de obter esclarecimentos a respeito de dúvida em relação a:

O referido Edital, no item nº (7), dispõe que:

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO
7.1. *A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 03 deste edital.*
I *- não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;*

Ocorre que tal disposição não está suficientemente clara no que diz respeito à:

A remuneração da agência de publicidade decorrente dos trabalhos de criação e produção interna, **com base na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial**, e também decorrente do fornecimento externo de produtos e serviços especiais de publicidade, realizados por terceiros sobre a criação intelectual da agência (ambas remunerações expressamente previstas nos itens 3.6, 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

A Lei 12.232/2010 prevê, em seu artigo 6º, inciso V, **que dos editais deverá constar a disposição de que "a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado".**

r. Benjamin Constant, 7-86
Higienópolis | cep. 17013-206 | Bauru/SP
t. (14) 3232-1897
www.housecriativa.com.br

housecriativa
comunicação

Por sua vez, a Instrução Normativa n. 4, de 2010, da Secretaria da Comunicação Social da Presidência da República, regulamenta a matéria, disciplinando as formas de remuneração, a depender das especificidades dos serviços a serem contratados:

Art. 11. A proposta de preços será constituída dos seguintes quesitos, a depender da composição dos serviços complementares integrantes do objeto:
I – percentual de desconto sobre os custos dos serviços executados pela contratada;
II – percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/65;
III – percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

Assim sendo, solicitamos, por favor, que seja esclarecido:
- Por que não consta no edital – Proposta de Preço – o percentual de desconto que agência oferecerá sobre a Tabela SINAPRO sobre os custos internos (criações)?

Por fim, reputando o esclarecimento solicitado para que haja o correto desenvolvimento do certame, solicitamos, seja o mesmo seja prestado dentro do prazo máximo de 5 dias, à contar do seu recebimento.

Sem mais,

Atenciosamente

Simone Marques
House Criativa Comunicação Ltda – ME
CNPJ 08.889.690/0001-93

fema
Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Ref.: Concorrência n.° 002/2019 - Processo n.° 026/2019
Contratação de Agência de Publicidade

Prezados Senhores

Em resposta aos questionamentos apresentados ao edital de licitação em epigrafe, temos a esclarecer o seguinte:

Questionamento nº 01: Por que não consta no Edital – Proposta de Preço – o percentual de desconto que a agência oferecerá sobre a Tabela SINAPRO sobre os custos internos (criações)?

Resposta nº 01 – Porque o objeto licitado não prevê produção / criação de material, mas, tão somente, a veiculação.

Assis, 29 de maio de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias
Pregoeiro Oficial

Á

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA – ME.
CNPJ 08.889.690/0001-93
RUA BENJAMIN CONSTANT, 7-86
BAURU (SP)
(14) 3232-1897

C L. FEMA
Fls. nº 1383

RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

Ref.: Concorrência n.° 002/2019 - Processo n.° 026/2019
Contratação de Agência de Publicidade

Prezados Senhores

Em resposta aos questionamentos apresentados ao edital de licitação em epigrafe, temos a esclarecer o seguinte:

Questionamento nº 01: Qual o período "fictício da campanha"?

Resposta nº 01 – O período necessário para uma campanha de vestibulares gira em torno de 60 dias.

Questionamento nº 02: Qual a verba fictícia para elaboração da "Campanha Fictícia, verba essa que deve considerar apenas produção e mídia, conforme já estipulado no Edital"?

Resposta nº 02 – Para campanha, deverá ser utilizada o disposto no anexo 07 - Briefing Fictício, conforme programação: criação, previsão de produção e veiculação de anúncios, com as verbas ai estipuladas.

Assis, 06 de junho de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Á

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA – ME.
CNPJ 08.889.690/0001-93
RUA BENJAMIN CONSTANT, 7-86
BAURU (SP)
(14) 3232-1897

C L. FEMA
Fls. nº 1393

RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

Ref.: Concorrência n.° 002/2019 - Processo n.° 026/2019
Contratação de Agência de Publicidade

Prezados Senhores

Em resposta aos questionamentos apresentados ao edital de licitação em epigrafe, temos a esclarecer o seguinte:

Questionamento nº 01: O Briefing no anexo 07 não expõe quais os problemas que a instituição enfrenta. Há informações complementares como vantagens, pontos críticos da instituição que possam ser explorados na Proposta Técnica – Plano de comunicação?

Resposta nº 01 – A licitante deverá se ater ao briefing fictício, e desenvolver a campanha de acordo com seus conceitos, conforme item 6.5 e seus subitens do edital de licitação.

Questionamento nº 02: Nos custos internos referentes aos desenvolvimento da Campanha não encontramos uma referencia a ser seguida. Devemos seguir alguma tabela referencial de preços, caso haja existe mínimo e/ou máximo a ser considerado nesta tabela?

Resposta nº 02 – A licitante deverá considerar os valores e prazos do briefing fictícios, não existindo máximos e/ou mínimos.

Questionamento nº 03: Sobre os custos com Mídia, toda a compra de mídia será realizada pela Agencia?

Resposta nº 03 – Sim, pela Agencia contratada.

Questionamento nº 01: Sobre o Briefing fictício, há período da campanha?

Resposta nº 01 – O período necessário para uma campanha de vestibulares gira em torno de 60 dias

Questionamento nº 02: Sobre o Briefing fictício, a verba deverá ser concentrada no período da campanha caso haja, ou nos 12 meses

C L. FEMA
Fls. nº 1403

conforme mencionado no edital?

Resposta nº 02 – O valor do briefing fictício, e é o mesmo valor do briefing real, salvo quando se refere a criação, sendo o valor máximo que a instituição terá para utilizar no período de 12 meses, portanto a licitante terá como parâmetro o prazo e a verba disponível no briefing fictício para elaboração de sua campanha.

Questionamento nº 03: Sobre o Briefing fictício, Há determinada região / municípios / Estados onde deverá acontecer a Campanha?

Resposta nº 03 – Atualmente, as campanhas se concentram no médio Paranapanema e norte do Paraná.

Questionamento nº 04: Sobre o Briefing fictício, Os quantitativos de cada meio bem como os valores mencionados, conforme alocados no briefing, deverão ser seguidos?

Resposta nº 04 – Sim

Questionamento nº 05: Sobre o Briefing fictício, Os custos de produção dos materiais estão junto com os valores de mídia?

Resposta nº 05 – Sim

Questionamento nº 06: Sobre o Briefing fictício, Os custos de criação deverão ser discriminados por peça?

Resposta nº 06 – Não, porem deverá respeitar o valor global mencionado.

Assis, 06 de junho de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Á
QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL.
Assis (SP)
(18) 3302-4740

ATA DE ABERTURA DA PRIMEIRA SESSÃO

REF.: PROCESSO LICITATÓRIO Nº 026/2019 - CONCORRÊNCIA Nº 002/2019- CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Aos dezessete dias do mês de junho de dois mil e dezenove, às nove horas e trinta minutos, reuniu-se a Comissão de Licitações da FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis, em sua sala sita à Avenida Getúlio Vargas, n.º 1200, Assis (SP), com a presença dos membros Senhora Maria Salete Porto Steiger Elias, Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo, Filipe Max de Oliveira Souza e Eduardo Aparecido de Souza, sob a presidência da primeira nomeada, para realização da primeira sessão de acordo com o item 12.8 do Edital da licitação em referência. Como procedimento primeiro foi realizado a identificação do representante da licitante presente, ***1) AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME.***, estabelecida na cidade de Assis, Estado de São Paulo, na Rua Visconde do Rio Branco n.º 1.000, Vila Santa Cecília representada no ato pelo Sr. *André Gustavo Kanthack Paccini* - RG N.º 25.496.462 – X - SSP/SP E CPF N.º 283.261.628 - 33; ***2) QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA***, estabelecida na cidade Assis, Estado de São Paulo, na rua das Rosa, n.º 100, Jardim Santa Amélia, representada no ato pela Sra. *Carolina Tomiko Yazlle Maciel* - RG N.º 24.657.786-1 - SSP/SP. Após a abertura e rubrica dos envelopes de números 1 e 3 - conforme disposto na clausula décima segunda, subitem 12.8 inciso V, os trabalhos foram suspensos para que a subcomissão, analisem e julguem os contidos nos envelopes citados, e após será levado a conhecimento dos licitantes mediante publicação na Imprensa Oficial a intimação para a segunda sessão, a partir da qual será aberto o prazo recursal. Os envelopes 2 e 4 das licitantes

C.L. FEMA
Fls. nº 1423

permanecerão fechados ao processo após ter sido rubricado pelo presente. Nada mais havendo a ser registrado foi lavrada a presente Ata, a qual vai por todos assinada.

A Comissão:

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente

Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo
Secretária

Eduardo Aparecido de Souza
Membro

Filipe Max de Oliveira Souza
Membro

Representantes:

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME.
ANDRÉ GUSTAVO KANTHACK PACCINI

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA
CAROLINA TOMIKO YAZLLE MACIEL

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

C.L. FEMA
Fls. nº 1437

Assis, 17 de junho de 2019.

À
Subcomissão Técnica
Ref.: Contratação de Serviços de Publicidades

Prezados Senhores:

Encaminhamos para análise o invólucro 1 (um) da Concorrência Pública n.º 026/2019 para que possamos dar continuidade no processo licitatório n.º 002/2019 para a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Sem mais no momento, com a maior consideração, subscrevo-me, cordialmente.

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão de Licitações

Recebi em 19/06/19

Av. Getúlio Vargas, 1200 – Vila Nova Santana – Assis – SP – 19807-130
Fone/Fax (18) 3302-1055 - www.fema.edu.br

Carta
9912244517/2009-DR/SPI
FEMA
CORREIOS

C L. FEMA
Fls. nº 1443

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

I - RACIOCÍNIO BÁSICO

Com base no briefing proposto, desenvolvemos o tema "Vestibular" como referência para exemplificar a competência, argumentos e plano de campanha desenvolvidos pela agência.

Para conseguirmos atingir o objetivo de, em relação ao vestibular do ano passado, gerar um aumento de 20% nas inscrições para o vestibular da FEMA 2020, criamos uma campanha que propõe uma reflexão e direcionamento para a tomada de decisão dos potenciais futuros alunos da instituição, observando, sobretudo, que grande parte dos alunos do ensino médio e de cursinho preparatório para vestibular ainda estão no momento de escolha do que querem para seu futuro profissional.

II - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A campanha se dividirá em 2 etapas. A primeira contará exclusivamente com um filme, a ser veiculado nas redes sociais, em que o público deverá decidir, entre duas opções, qual será o final do filme. O final escolhido será, então, utilizado para ser veiculado na TV aberta, TV fechada e nos meios digitais.
A segunda etapa da campanha se utilizará das mídias convencionais e ações a serem desenvolvidas em Assis e cidades da região, tais como: filme para TV aberta e fechada, outdoor, anúncio de jornal, redes sociais, banner para site, folder com faca especial, inbound marketing, jogo *"Acerte na Escolha"*, ações no shopping e escolas e pulseira personalizada.

III - IDEIA CRIATIVA

Considerando que o universo dos estudantes é cercado de incertezas quanto ao seu futuro profissional e pessoal, assumimos como mote da campanha: "Você escolhe Fema. O mundo escolhe você." A ideia é sensibilizar esses jovens e levá-los ao entendimento de que a escolha correta nesta fase da vida abre portas para um belo futuro. O conceito posiciona a FEMA como uma excelente opção de preparo para as oportunidades que o mercado profissional oferece, reforçando o princípio de que uma boa formação universitária gera boas oportunidades, que o mercado acaba absorvendo talentos e que portas se abrem para os melhores preparados, ou seja: **o mundo escolhe você.**
No título das peças da campanha, foram inseridos "parênteses" no lugar da letra "O" da palavra "ESCOLHE", sugerindo uma prova de múltipla escolha, para reforçar a ideia de que o assunto da campanha é o tema "vestibular".

Etapa 1 – Interação e sensibilização (VER ANEXO 1)
Na segunda quinzena de setembro, um filme será postado nas redes sociais, mostrando as diferentes possibilidades de escolhas que 2 personagens têm na vida. São escolhas simples, mas que evidenciam estilos de vidas opostos. Quando o vídeo se encaminha para o final, será feita uma parada estratégica, seguida da frase: "Qual final você escolhe?". A ideia é motivar as pessoas a clicarem no link do post, para votarem no final do filme que desejariam ver na campanha, ou seja, se querem o final do personagem A ou do personagem B. O final mais votado será o escolhido para

compor o filme a ser veiculado nos canais de TV aberta, fechada, site e redes sociais, aí sim, na sua versão completa.
Desta forma, as pessoas serão sensibilizadas e motivadas para a questão da "escolha", que é a ideia principal abordada na campanha.
O fato das pessoas darem a sua opinião sobre qual final deve ser o escolhido para o filme, demonstra o entendimento da instituição para a questão da democracia e a importância de se ter um ambiente colaborativo, onde as opiniões são ouvidas, respeitadas e, em muitos casos, ampliadas.

Etapa 2 - Campanha (VER ANEXOS DE 2 A 10)
A Campanha terá como foco as escolhas que o mundo oferece, mostrando que a FEMA se posiciona como uma excelente escolha, que prepara e abre portas para o futuro profissional de seus alunos.
A campanha será lançada na própria instituição, com a presença de diretores, professores, alunos, autoridades e imprensa e será explanada com todas as ações da estratégia de comunicação: filme para TV aberta e fechada, outdoor, anúncio de jornal, redes sociais, banner para site, folder com faca especial, inbound marketing, jogo *"Acerte na Escolha"*, ações no shopping e escolas.

IV - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA
Com base no conceito desenvolvido, elaboramos uma estratégia de mídia onde foram elencados os meios mais adequados para atingir o público-alvo. Para isso, definimos a melhor forma de executar cada mídia, de acordo com a verba disponível. Desta forma, atenderemos às necessidades da Instituição no que diz respeito à comunicação da campanha do Vestibular 2020.

Em estudo realizado pela Secretaria de Comunicação Social do governo, os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 sobre hábitos de consumo de mídia pela população brasileira revelam que quase 90% dos brasileiros se informam pela televisão sobre o que acontece no país, sendo que 63% deles têm na TV o principal meio de informação. A internet está em segundo lugar, como meio preferido de 26% dos entrevistados e citada como uma das duas principais fontes de informação por 49% deles. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, 65% dos jovens entre 16 e 25 anos conectam-se todos os dias. Podemos dizer que nosso público-alvo encontra-se em meio às mídias digitais.

Tendo em vista que o cenário atual é marcado pela convergência das mídias, pela tecnologia e pela vasta quantidade de informação em um período cada vez menor, resolvemos alinhar os meios mais adequados para divulgar a campanha de forma impactante, envolvente e que atenda aos objetivos de mídia. São eles:

MÍDIA IMPRESSA – JORNAL, FOLDER

JORNAL
Segundo pesquisas, este veículo de comunicação é considerado fonte confiável, por isso é um veículo muito utilizado pelos anunciantes. Em Assis, essa mídia é bastante acessada pela maioria da população, que por sua vez não abre mão da notícia jornalística, pela segurança e veracidade na informação. O público que consome esse tipo de mídia é composto por pessoas mais velhas e fiéis a esse veículo. Dessa forma, iremos divulgar a campanha em jornais da cidade e da região, com anúncios focados

no conceito e que chamem atenção dos pais, que na maioria das vezes, influenciam e auxiliam o filho com relação aos estudos e planos profissionais.

FOLDER
Esse material nos dá a oportunidade de expor mais informações sobre a FEMA, seus cursos e os benefícios oferecidos aos estudantes. Será entregue em ações no centro da cidade (semáforos) e nas saídas de escolas e nas ações no shopping de Assis. Para despertar ainda mais o interesse de quem recebe, vamos desenvolvê-lo com uma faca especial, com os parênteses vazados na capa, revelando a foto de uma pessoa na parte interna para potencializar ainda mais o conceito de "escolha".

MÍDIA EXTERIOR – OUTDOOR

OUTDOOR
Por ser considerado uma mídia de massa, o outdoor tem um grande impacto na população, e pelas proporções ampliadas que possui, está sempre diretamente relacionado com o conceito de impacto da comunicação. É um dos meios que mais exibe o produto e consegue comunicar a mensagem de forma instantânea. O outdoor se mostra um meio de grande penetração entre os jovens, já que estes transitam muito nas ruas, tendo assim o contato direto com a mídia. Para ampliar o conceito, será utilizado o acabamento de adesivo refletivo nos parênteses, para brilhar no período noturno, quando iluminado pelos faróis dos carros.

MÍDIA ELETRÔNICA – RÁDIO E TV

RÁDIO – SPOT
Segundo dados do IBOPE Media, o rádio foi considerado um veículo ágil, confiável e compreensível pelos ouvintes, alcançando 86% da população brasileira. A principal forma de acesso é por aparelhos de rádio tradicionais e nos veículos, especialmente através da Frequência Modulada (FM).
O estudo traz ainda análises comportamentais dos ouvintes e constata que a audiência é maior no público jovem, entre 20 e 34 anos, faixa em que o rádio alcança o patamar de 89%, com isso esse veículo se torna um forte aliado na estratégia de mídia.
O rádio atinge os consumidores dos principais ramos de atividade e classes sociais com mais eficiência, e o custo-benefício de seu emprego se mostra mais vantajoso do que outros meios. Devido ao uso da trilha sonora, a mensagem é memorizada com mais facilidade pelo consumidor.
A campanha será divulgada nos principais veículos de Assis e região, contemplando também a rádio da Instituição, a Rádio FEMA, que por ser uma das mais ouvidas entre os adolescentes e estudantes, atinge diretamente o seu público-alvo.

TV
É um meio que possui penetração em quase 100% na população, sendo a principal fonte de informação e o maior veículo para comunicação em massa. Segundo dados do IBGE, os aparelhos de TV estão presentes em 93% dos domicílios brasileiros, o que facilita, em muito, o acesso à informação. Sendo o meio mais utilizado pelas pessoas quando o assunto é tomar conhecimento de alguma notícia ou promoção, segundo os Instituto Tendências Pesquisas de Mercado a TV lidera com 79% em relação aos

outros meios de comunicação. De acordo com a PNT (Painel Nacional de Televisão), em pesquisa feita em outubro 2018, a emissora com maior índice de audiência e melhor percentual de alcance, tendo como público-alvo os alunos do ensino médio, foi a Rede Globo. Dessa forma, teremos como principal veículo para divulgação da campanha a TV Tem, afiliada da Rede Globo em nossa região. Através desse meio vamos divulgar a campanha com o filme produzido no intuito de atingir a população geral. Para potencializar ainda mais o esforço de comunicação, iremos selecionar os programas de TV de acordo com o perfil do público alvo e índice de audiência. Será utilizada também como forma de divulgação a TV da própria Instituição, a TV FEMA, que atinge a população de Assis que possui tv a cabo.

MÍDIAS DIGITAIS – INSTAGRAM/FACEBOOK/SITE/WHATSAPP/INBOUD MARKETING

Atualmente o uso de smartphones para acessar a internet já é maior do que o uso por meio de desktops ou notebooks. Segundo pesquisas do IBOPE 2018, 94,3% dos usuários com acesso a internet via mobile, utilizam o celular para acessar as redes sociais, sendo a mais utilizada o Facebook (90%).

INSTAGRAM

Atualmente, o Instagram é a rede social que mais cresce em todo mundo, atualmente são mais de 1 bilhão de usuários ativos em todo o mundo, informou o próprio Instagram, desses, 50 milhões são usuários brasileiro. A rede social possui uma interface fácil, intuitiva e disponibiliza diferentes efeitos para serem adicionados às fotos e vídeos e compartilhados com os seguidores. Fazendo uso da força desta rede social, serão veiculados anúncios impulsionados e storys da campanha, estimulando os internautas a clicarem no link sugerido, encaminhando-os para a landing page, que tem a finalidade de cadastrar e gerar leads. Esta será a parte do inbound marketing que serve como isca para captar e direcionar os navegadores.

Também serão criadas enquetes no story, sobre escolhas na vida de um estudante, para interação, valorização e fixação do conceito "escolha".

Anúncios também serão feitos com a finalidade de direcionar as pessoas diretamente ao site da Fema para fazerem as inscrições.

FACEBOOK

De acordo com informações da pesquisa feita pela empresa alemã, Statite, em 2018, o Facebook possuia mais de 127 milhões de brasileiros no aplicativo, sendo o terceiro maior país no ranking de usuários do facebook. Desses, 120 milhões de usuários estão ativos no Facebook todos os meses via mobile. Desta forma vamos alinhar os anúncios com o conceito da Campanha, tendo como objetivo gerar mais direcionamentos para a landing page e conseqüentes leads, com uma estratégia similar à que usamos no Instagram.

Posts também serão feitos com a finalidade de direcionar as pessoas diretamente ao site da Fema para fazerem as inscrições.

SITE

Dados da Tendências Pesquisa de Mercado referentes ao mês de Abril/2017 mostram que 48% das pessoas têm o hábito de acessar site de notícias, número este bem significativo. Portanto, vamos divulgar a campanha através dos sites de notícias local e regional, o Portal Redecity e o Portal G1 Bauru/Marília, que têm uma grande visibilidade e audiência.

O Portal Redecity tem mais de 1,2 milhões de visualizações por mês, não somente para as matérias de cunho jornalístico e informativo, mas também comercial. O site abrange não só a cidade de Assis, mas toda a região, pois tem grande penetração nas cidades de Cândido Mota, Pedrinhas Paulista, Tarumã, Platina, Florínea, Palmital.
O Portal G1 é líder em audiência na categoria notícias. A credibilidade e a agilidade do portal garantem ao anunciante as melhores oportunidades para associação de sua marca. Segundo pesquisas da ComScore, 8 em cada 10 pessoas com acesso a internet, já consumiram algum tipo de informação nos portais do G1.
Com isso, o intuito é colocar banners da Campanha nos sites, que por sua vez, ao serem clicados direcionam o internauta para a página da Fema, onde se pode fazer a inscrição para o vestibular.

WHATSAPP
Desde a introdução do WhatsApp no Brasil, em 2009, o aplicativo de comunicações vem revolucionando o mercado local. Os custos de SMS sempre foram comparativamente altos no Brasil, o que fez com que o WhatsApp fosse bem aceito logo de início.
Com um aumento de 138% dos smartphones, o Brasil ocupa o 4º maior crescimento em dispositivos móveis – a média global é de 115%.
O país mostra um crescimento enorme no uso do WhatsApp com 98% dos usuários de smartphones usando o aplicativo diariamente. Na projeção para 2019, deve contar com 77 milhões de usuários ativos. Com base nestas informações o aplicativo será utilizado para fomentar a campanha para o público interno da instituição, ou seja, professores, colaboradores, alunos, diretoria, parceiros e fornecedores, além de lembrar e estimular os alunos que fizeram a inscrição a irem fazer prova, aumentando o percentual de presença no dia do vestibular.

INBOUND MARKETING
Segundo a Content Trends 2017, empresas que adotam o marketing de conteúdo alcançam 2,2 vezes mais visitas em comparação com as que não fazem uso dele.
Em vez de simplesmente atrair tráfego de pessoas que não tem a mínima possibilidade de fazer a sua inscrição, o conteúdo vai chamar a atenção apenas dos que mostram potencial de inscrição futura.
A ideia é fazer um funil de vendas a partir do uso de Adwords nas redes sociais, e direcionar o público para uma landing page e, neste ambiente, cadastrar e captar os leads necessários para que conteúdos relevantes sejam enviados através de e-mails. Desta maneira é feita a atração de pessoas que realmente se interessam pelo assunto vestibular da Fema, com leads mais qualificados.
Para o cadastro, usaremos de isca um e-book com dicas de como se preparar bem para o vestibular. Em seguida, conteúdos serão enviados aos cadastrados através de e-mails, com o objetivo de aumentar o interesse pelo vestibular Fema, com o intuito de fazer com que inscrições sejam efetivadas.
Na etapa seguinte, após a inscrição feita, conteúdos serão enviados aos inscritos com dicas para o dia do vestibular e lembrando do dia da prova. A proposta é diminuir o número de candidatos que fazem a inscrição mas não fazem a prova.

JUSTIFICATIVA DE NÃO MÍDIA - AÇÕES DIFERENCIADAS

JOGO "ACERTE NA ESCOLHA"

Para que o esforço de comunicação seja mais efetivo, a proposta de ações é de estar próxima do público-alvo, e para isto serão aplicadas em escolas para alunos dos colegiais e cursinhos, e também no shopping de Assis, ambiente costumeiramente freqüentado por alunos da faixa-etária a ser impactada.
As ações seguirão a ideia da *"escolha"*, mote principal da campanha Uma das ações é o jogo *"Acerte na Escolha"*, que será uma estrutura de fácil mobilidade, com um espaço formado pelo parêntese, para que o jovem acerte a bola. Caso acerte, ganhará uma pulseira de silicone com uma mensagem otimista sobre as escolhas da vida. O jogo deverá ser utilizado tanto no shopping quanto nas escolas. O folder será distribuído neste momento.

AÇÕES NO SHOPPING E ESCOLAS
Serão colocados os parênteses, adesivados nas portas automáticas e elevador do shopping, dando a sensação que, ao passarem pelos parênteses, as pessoas são escolhidas. Uma estrutura de PVC no formato de parênteses será colocada no final da escada rolante de subida, onde as pessoas passarão através dela, transmitindo a mensagem de que quem quer subir na vida tem que fazer as melhores escolhas.
Adesivos com os parênteses serão fixados nos espelhos dos banheiros do shopping e de escolas com o head-line da campanha: *"Você escolhe Fema. O mundo escolhe você"*. O folder também será distribuído neste momento.

PULSEIRA DE SILICONE
Serão distribuídas para quem acertar a pontaria no jogo *"Acerte na Escolha"*. Esse tipo de pulseira tem um alto impacto por, normalmente, fazer parte do universo das pessoas que escolhem lutar por uma causa. Neste caso, a ideia é lutar em causa própria, pois será gravado a frase "*escolhi ser vencedor*", estimulando as pessoas a desenvolverem o sentimento de vencedor. A expectativa é criar grupos, tribos que usem a pulseira e que causem o desejo de outros jovens usarem também. O folder também será distribuído neste momento.

SIMULAÇÃO DO PLANO - RESUMO GERAL

A presente campanha terá início na segunda quinzena do mês de setembro de 2019 e encerrar-se-á ao final do período de inscrições ao vestibular da Fema, previsto para o mês de novembro. O objetivo da campanha é o aumento no número de inscritos para o vestibular Fema/2020. Para tanto será utilizada uma mensagem de fácil identificação com o público alvo, por meio de mídias tradicionais, digitais e ações para a geração do recall desejado.

C L. FEMA
Fls. nº 1523

VERBA DE COMUNICAÇÃO DO BRIEFING REAL E SUA MELHOR APLICAÇÃO

MÍDIA BRIEFING REAL

fema
Fundação Educacional do Município de Assis

PROPOSTA DE VEICULAÇÃO
SIMULAÇÃO PLANO DE DISTRUIÇÃO

CIDADE	FORNECEDOR	INSERÇÕES	UNITÁRIO	VALORES ABSOLUTOS	PERCENTUAIS
		MÍDIA			
JORNAL					
ASSIS	Jornal de Assis	3 inserções	R$ 1,500.00	R$ 4,500.00	
ASSIS	Correio Assissense	3 inserções	R$ 1,250.00	R$ 3,750.00	
ASSIS	Voz da Terra	3 nserções	R$ 500.00	R$ 1,500.00	
CÂNDIDO MOTA	O Diário do Vale	3 inserções	R$ 1,187.50	R$ 3,562.50	
			TOTAL JORNAIS	R$ 13,312.50	2%
RÁDIO					
ASSIS	Interativa	260 inserções	R$ 12.50	R$ 3,250.00	
ASSIS	Voz do Vale	200 inserções	R$ 15.62	R$ 3,124.00	
ASSIS	Difusora	360 inserções	R$ 21.00	R$ 7,560.00	
ASSIS	Cultura	200 inserções	R$ 6.25	R$ 1,250.00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Radiativa	160 nserções	R$ 18.55	R$ 2,968.00	
CÂNDIDO MOTA	Antena Jovem	160 inserções	R$ 16.87	R$ 2,699.20	
RANCHARIA	Hits FM	130 inserções	R$ 17.50	R$ 2,275.00	
PEDRINHAS PAULISTA	Rádio América	130 inserções	R$ 9.37	R$ 1,218.10	
TARUMÃ	Rádio Panamérica	130 inserções	R$ 4.37	R$ 568.10	
PALMITAL	Rádio Regional	130 inserções	R$ 11.25	R$ 1,462.50	
			TOTAL RÁDIOS	R$ 26,374.90	3%
OUTDOOR					
ASSIS	Vision	12 inserções	R$ 750.00	R$ 9,000.00	
ASSIS	Karony	12 inserções	R$ 750.00	R$ 9,000.00	
CÂNDIDO MOTA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
MARACAÍ	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
PEDRINHAS PAULISTA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
TARUMÃ	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
FLORÍNEA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
PALMITAL	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
RANCHARIA	Vip Outdoor	1 inserção	R$ 790.00	R$ 790.00	
			TOTAL OUTDOORS	R$ 25,440.00	3%
TV ABERTA *					
ASSIS E REGIÃO	TV Tem	45 inserções	R$ 120,000.00	R$ 120,000.00	15%
TV FECHADA					
ASSIS E REGIÃO	CANAL 22	30 inserções	R$ 6,000.00	R$ 6,000.00	1%
SITE					
ASSIS	Assiscity	3 meses	R$ 1,500.00	R$ 4,500.00	1%
DIGITAL					
ASSIS E REGIÃO	Facebook/Instagram	40 dias	R$ 15,000.00	R$ 15,000.00	2%
INBOUND MARKETING	RD Station	2 meses	R$ 845.90	R$ 1,691.80	0.20%
PRODUTORA					
ASSIS	OESTE FILMES	1	R$ 50,000.00	R$ 50,000.00	8%
WHATSAPP					
ASSIS E REGIÃO	Web 5	15,000	R$ 3,375.00	R$ 3,375.00	0.40%
			SUBTOTAL	R$ 265,694.20	33%
		NÃO MÍDIA			
FOLDER CAMPANHA					
ASSIS	Laser Gráfica	20,000	R$ 1.98	R$ 39,600.00	5%
BRINDE CAMPANHA					
PULSEIRA SILICONE	PromoBrace	1,000	R$ 3.50	R$ 3,500.00	0.38%
AÇÃO CAMPANHA					
JOGO ACERTE NAS ESCOLHAS	Ações Escolas, Shopping, Parques	10 dias	R$ 3,000.00	R$ 3,000.00	0.35%
ADESIVO PARÊNTESES	Shopping, Parques	30 dias	R$ 2,000.00	R$ 2,000.00	0.24%
CAMISETA CAMPANHA					
ASSIS	Pererê	50	R$ 26.73	R$ 1,336.50	0.16%
			SUBTOTAL	R$ 49,436.50	6%
			TOTAL DA VERBA	R$ 315,130.70	39%

VERBA TOTAL DE COMUNICAÇÃO DO BRIEFING REAL E SUA MELHOR APLICAÇÃO

MÍDIA BRIEFING REAL				
	CAMPANHAS		VALORES	PERCENTUAIS
1	Projetos Especiais	R$	35,210.00	4%
2	Divulgação de Processo Seletivo	R$	14,680.00	2%
3	Evento Estudantil	R$	28,260.00	3%
4	Competições Esportivas	R$	12,360.00	2%
5	Ciclos e Debates	R$	9,650.00	1%
6	Palestras	R$	36,450.00	5%
7	Semana Jurídica	R$	12,560.00	2%
8	Semanas Acadêmicas	R$	53,650.00	7%
9	Vestibular Medicina	R$	89,580.00	11%
10	Evento Medicina (Recepção pais e alunos)	R$	47,890.00	6%
11	Campanha Vestibular	R$	315,130.70	39%
12	Institucional da Marca	R$	144,579.30	18%
	Total: Previsão de produção e veiculação	R$	800,000.00	
	Total de Investimento em 12 meses	R$	800,000.00	100%

VERBA DE COMUNICAÇÃO DO BRIEFING FICTÍCIO E SUA MELHOR APLICAÇÃO

MÍDIA BRIEFING FICTÍCIO

fema

PROPOSTA DE VEICULAÇÃO
SIMULAÇÃO PLANO DE DISTRUIÇÃO

CIDADE	FORNECEDOR	INSERÇÕES	UNITÁRIO	VALORES ABSOLUTOS	PERCENTUAIS
		MÍDIA			
JORNAL					
ASSIS	Jornal de Assis	3 inserções	R$ 1.500,00	R$ 4.500,00	
ASSIS	Correio Assissense	3 inserções	R$ 1.250,00	R$ 3.750,00	
ASSIS	Voz da Terra	3 nserções	R$ 500,00	R$ 1.500,00	
CÂNDIDO MOTA	O Diário do Vale	3 inserções	R$ 1.187,50	R$ 3.562,50	
			TOTAL JORNAIS	R$ 13.312,50	2%
RÁDIO					
ASSIS	Interativa	520 inserções	R$ 12,50	R$ 6.500,00	
ASSIS	Voz do Vale	400 inserções	R$ 15,62	R$ 6.248,00	
ASSIS	Difusora	720 inserções	R$ 21,00	R$ 15.120,00	
ASSIS	Cultura	400 inserções	R$ 6,25	R$ 2.500,00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Radiativa	320 nserções	R$ 18,55	R$ 5.936,00	
CÂNDIDO MOTA	Antena Jovem	320 inserções	R$ 16,87	R$ 5.398,40	
RANCHARIA	Hits FM	260 inserções	R$ 17,50	R$ 4.550,00	
PEDRINHAS PAULISTA	Rádio América	260 inserções	R$ 9,37	R$ 2.436,20	
TARUMÃ	Rádio Panamérica	260 inserções	R$ 4,37	R$ 1.136,20	
PALMITAL	Rádio Regional	260 inserções	R$ 11,25	R$ 2.925,00	
			TOTAL RÁDIOS	R$ 52.749,80	6%
OUTDOOR					
ASSIS	Vision	12 inserções	R$ 750,00	R$ 9.000,00	
ASSIS	Karony	12 inserções	R$ 750,00	R$ 9.000,00	
CÂNDIDO MOTA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
MARACAÍ	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
PEDRINHAS PAULISTA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
TARUMÃ	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
FLORÍNEA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
PALMITAL	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
RANCHARIA	Vip Outdoor	2 inserções	R$ 790,00	R$ 1.580,00	
			TOTAL OUTDOORS	R$ 32.880,00	4%
TV ABERTA					
ASSIS E REGIÃO	TV Tem	180 inserções	R$ 530.000,00	R$ 530.000,00	62%
TV FECHADA					
ASSIS E REGIÃO	CANAL 22	30 inserções	R$ 6.000,00	R$ 6.000,00	1%
SITE					
ASSIS	Assiscity/G1	2 meses	R$ 5.250,00	R$ 10.500,00	1%
DIGITAL					
ASSIS E REGIÃO	Facebook/Instagram	2 meses	R$ 25.000,00	R$ 50.000,00	6%
INBOUND MARKETING	RD Station	2 meses	R$ 846,10	R$ 1.692,20	0,20%
PRODUTORA					
ASSIS	OESTE FILMES	1	R$ 50.000,00	R$ 50.000,00	6%
WHATSAPP					
ASSIS E REGIÃO	Web 5	15.000	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00	0,40%
			SUBTOTAL	R$ 750.509,50	88%
		NÃO MÍDIA			
FOLDER CAMPANHA					
ASSIS	Laser Gráfica	20.000	R$ 1,98	R$ 39.600,00	5%
BRINDES CAMPANHA					
PULSEIRA SILICONE	PromoBrace	1.000	R$ 3,50	R$ 3.500,00	0,41%
AÇÕES CAMPANHA					
JOGO ACERTE NAS ESCOLHAS	Ações Escolas, Shopping, Parques	2 meses	R$ 1.500,00	R$ 3.000,00	0,35%
ADESIVO PARÊNTESES	Shopping, Parques	2 meses	R$ 1.000,00	R$ 2.000,00	0,24%
[illegible]					
ASSIS	Pererê	50	R$ 27,81	R$ 1.390,50	0,16%
CRIAÇÃO/ LAYOUT E ARTE FINAL					
ASSIS	Agência de Publicidade	12 meses	R$ 50.000,00	R$ 50.000,00	5,88%
			SUBTOTAL	R$ 99.490,50	12%
			TOTAL DA VERBA	R$ 850.000,00	100%

ANEXO 1
FILME PARA REDES SOCIAIS

CENA: Tela dividida ao meio. Do lado esquerdo uma jovem do sexo feminino e do lado direito um jovem do sexo masculino. Os dois estão fazendo as mesmas coisas do dia-a-dia, mas com escolhas diferentes como: Um come salada, outro come hambúrguer. Um anda de moto, outro anda de bicicleta. Um joga vídeo game, outro assiste séries na netflix. Em cada escolha de ambos, entra o símbolo do "parênteses de cor laranja" evidenciando a escolha de cada um.

OFF: Personagem feminino: "Ah...Escolhas..."
OFF: Personagem masculino: "Não precisamos escolher tudo igual."
OFF: Personagem feminino: "Nascemos diferentes...mundos diferentes."

ANEXO 1
FILME PARA REDES SOCIAIS

CENA: A única escolha igual que os dois fazem é a inscrição para o vestibular da FEMA. O "parênteses" continua. Também aparece cenas dos dois em sala de aula e fazendo atividades na FEMA.

OFF: Os dois personagens: "Mas quando acertamos nas escolhas"

CENA: Ainda com a tela dividida, aparece os dois abrindo uma porta cada um.

OFF: Os dois personagens: "O mundo pode se abrir na nossa frente!"

ANEXO 1
FILME PARA REDES SOCIAIS

CENA: Pausa na cena no momento em que os dois estão abrindo a porta. Aparece o GC com a pergunta: "QUAL FINAL VOCÊ ESCOLHE?" "Acesse e vote:www.fema.edu.br/escolha"
Resultado dia 01/10 no JORNAL NACIONAL.

OFF: "Acesse fema.edu.br/escolha e vote no final que você quer ver."

ANEXO 2
FILME PARA TV

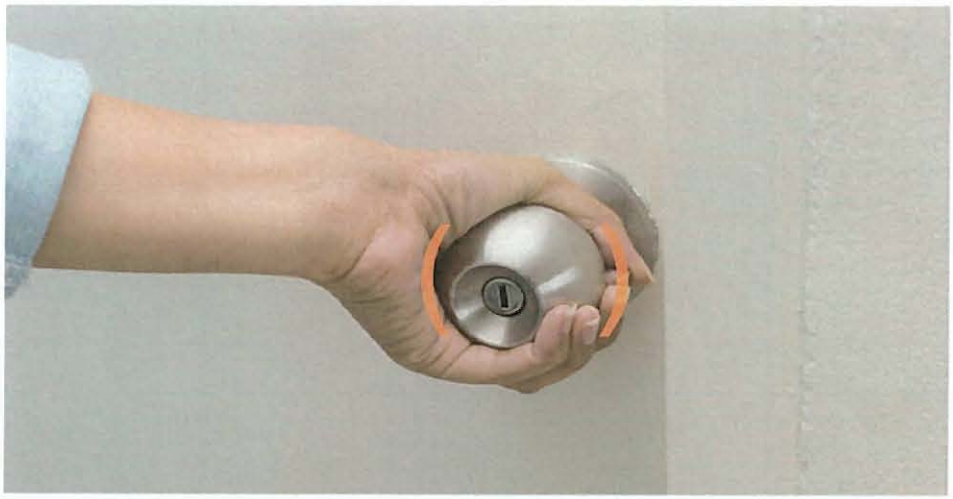
CENA: Tela dividida ao meio. Do lado esquerdo uma jovem do sexo feminino e do lado direito um jovem do sexo masculino. Os dois estão fazendo as mesmas coisas do dia-a-dia, mas com escolhas diferentes como: Um come salada, outro come hambúrguer. Um anda de moto, outro anda de bicicleta. Um joga vídeo game, outro assiste séries na netflix. Em cada escolha de ambos, entra o símbolo do "parênteses de cor laranja" evidenciando a escolha de cada um.

OFF: Personagem feminino: "Ah...Escolhas..."
OFF: Personagem masculino: "Não precisamos escolher tudo igual."
OFF: Personagem feminino: "Nascemos diferentes...mundos diferentes."

ANEXO 2
FILME PARA TV

CENA: A única escolha igual que os dois fazem é a inscrição para o vestibular da FEMA. O "parênteses" continua. Também aparece cenas dos dois em sala de aula e fazendo atividades na FEMA.

OFF: Os dois personagens: "Mas quando se acerta nas escolhas"



CENA: Com a tela já inteira, aparece o personagem escolhido na votação abrindo a porta.

OFF: Personagem escolhido: "O mundo pode se abrir na nossa frente!"

ANEXO 2
FILME PARA TV

CENA: Câmera fechada no rosto de um homem, dono de uma empresa dando os parabéns ao(à) candidato(a) escolhido(a) para a vaga de emprego.

OFF: Empregador: "Parabéns."

CENA: Cena fechada no(a) candidato(a) escolhido(a) para a vaga de emprego, que fica extremamente feliz com a notícia.

ANEXO 2
FILME PARA TV

CENA: A câmera vai se abrindo em um zoom out, então, para a surpresa de todos, aparece o outro personagem ao lado dele, também com um grande sorriso no rosto. Na verdade o empregador escolheu os 2 personagens do início do filme.

OFF: Empregador: "Vocês foram os escolhidos!"

CENA: GC: Com a chamada do vestibular e informaçõs.

OFF: "Você escolhe FEMA. O Mundo escolhe você!
Vestibular 2020. Inscrições: www.fema.edu.br

ANEXO 3
KEY VISUAL

ANEXO 4
OUTDOOR
SIMULAÇÃO

ANEXO 5
JORNAL
SIMULAÇÃO

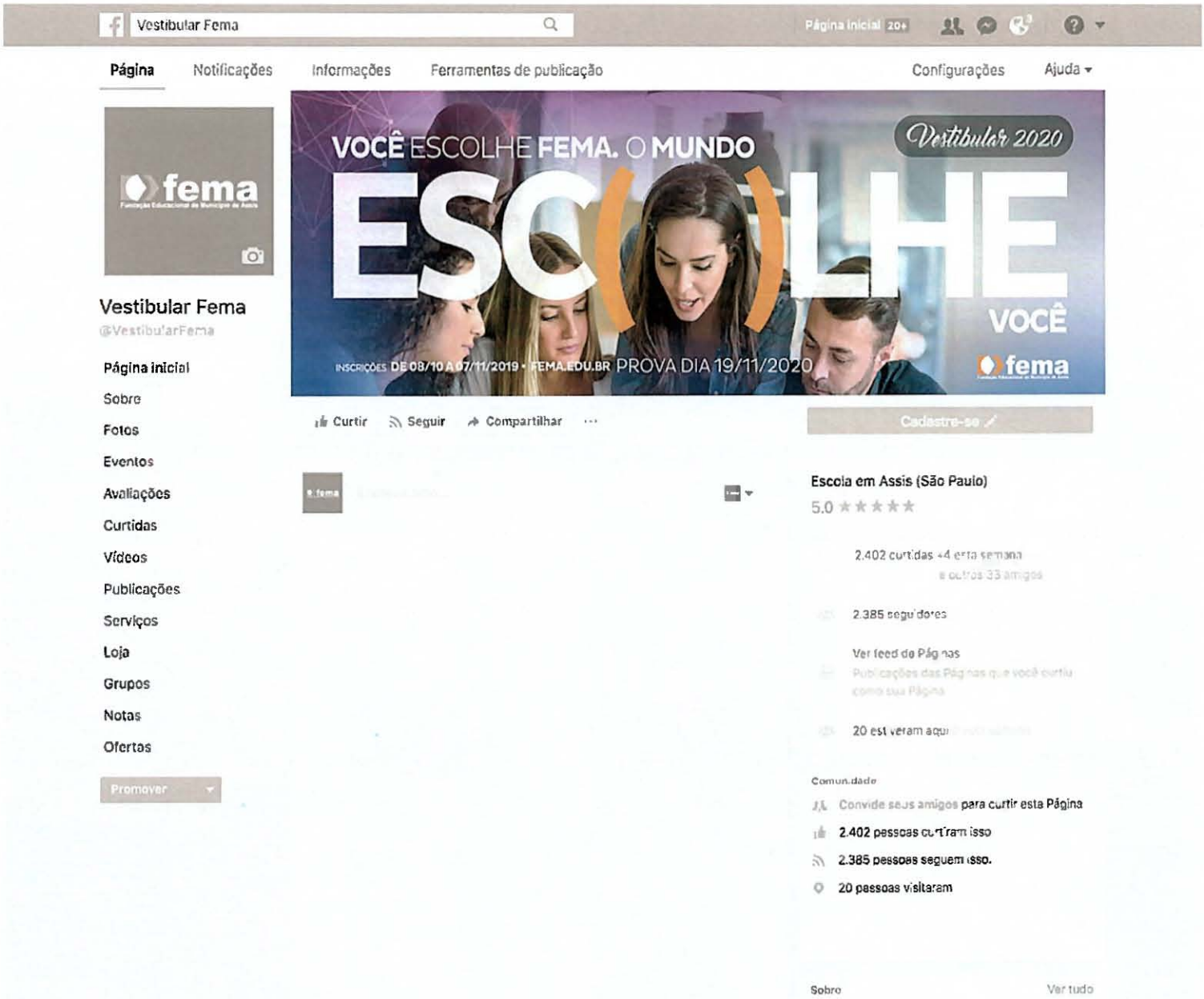
ANEXO 6
FOLDER COM
FACA ESPECIAL

FECHADO

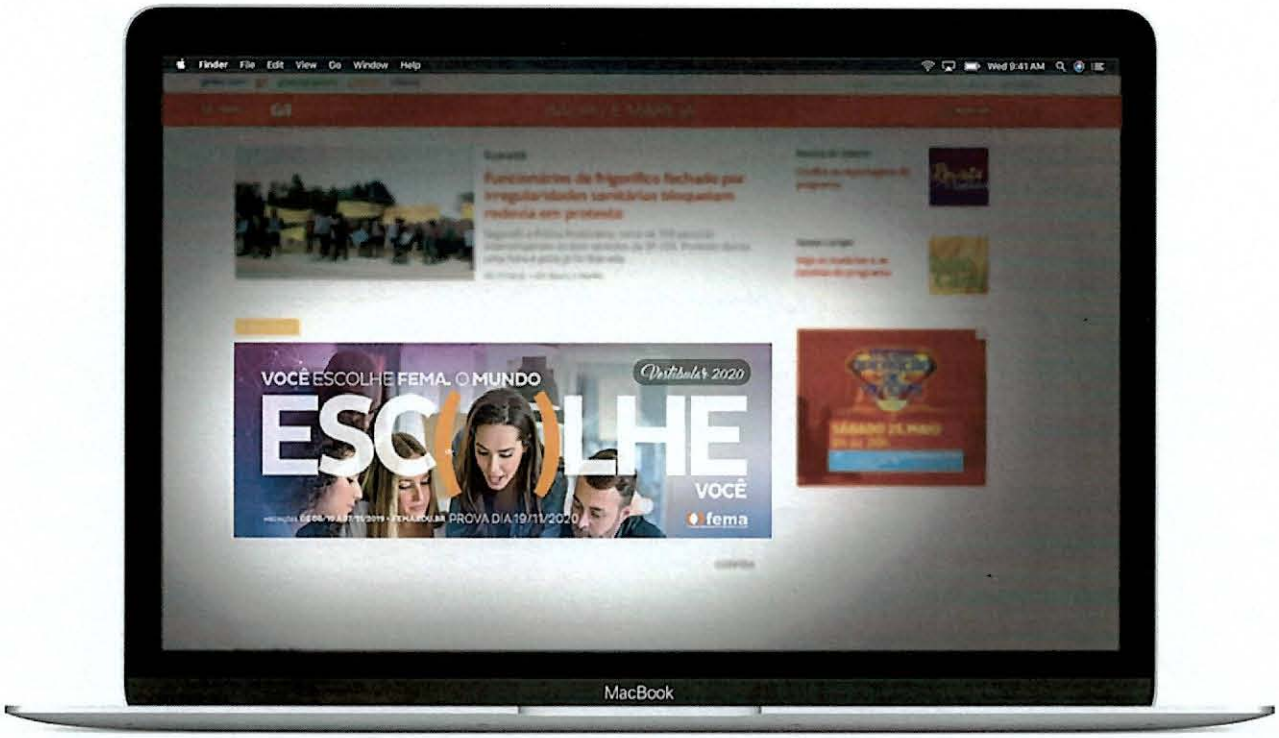
ABERTO

VERSO

ANEXO 7
FANPAGE FACEBOOK



ANEXO 8
BANNER PORTAIS
DE NOTÍCIAS



ANEXO 9
AÇÃO JOGO "ACERTE NA ESCOLHA"

JOGO "ACERTE NA ESCOLHA"

A ideia do jogo é que as pessoas tentem acertar a bola no centro da escolha ( ) no banner. O jogo fortalecerá o conceito da campanha de forma lúdica e divertida. Além de informar sobre os cursos, inscrição e datas do vestibular.

ANEXO 10
BRINDE PULSEIRA
DE SILICONE

PULSEIRA

A pulseira será distribuida como brinde em ações nas escolas e no shopping. Acreditamos que essa pulseira será utilizada pelos jovens, por se tratar de um item que faz parte da moda e do universo deles. Além de ter uma mensagem positiva e que tem tudo a ver com a campanha.

Carta

9912244517/2009-DR/SPI

FEMA

CORREIOS

C L. FEMA

Fls. nº 171

RACIOCÍNIO BÁSICO

A Fundação Educacional do Município de Assis, FEMA, é um centro tecnológico com mais de 30 anos de história e atualmente possui cursos superiores reconhecidos pelo Conselho Estadual de Educação (CEE). Seu campus conta com uma ampla infraestrutura com modernos laboratórios onde são realizadas práticas científicas e aprimoramentos profissionais, além de um corpo docente altamente qualificado: 80% de mestres, doutorandos e doutores.

Nos últimos anos, a Fundação se desenvolveu e hoje conta com uma grande quantidade de novos cursos, incluindo o de Medicina, todos muito bem estruturados e prontos para receber alunos de todo o país e intercambistas.

Considerando isso, a Fundação necessita de uma campanha de Processo Seletivo (vestibular) visando evidenciar toda essa estrutura – além da Agência Geração Propaganda, Laboratório de Áudio e Vídeo, Núcleo de Prática Jurídica, FEMA Jr. Consultoria, Laboratórios de Química, Informática, Fotografia e Enfermagem, a comunidade regional pode contar ainda com a TV FEMA e a Rádio FEMA, veículos com perspectivas essencialmente educativas.

A comunicação precisa ser bastante direcionada para seu público-alvo principal, que são os alunos recém-formados ou prestes a se formarem no ensino médio. Seu discurso demanda uma linguagem criativa e atrativa, ao mesmo tempo em que precisa ser direta e concisa, para mostrar de imediato o quanto a faculdade conta com uma ótima estrutura, a grande variedade de cursos reconhecidos, e condições de preços para que todo e qualquer aluno consiga ingressar em seus estudos.

Por fim, o conceito também precisa se comunicar de forma coesa com informações diversas da Instituição, tais como campanhas secundárias, projetos especiais, divulgação de processos seletivos, eventos estudantis, competições esportivas, realizações de ciclos de debates educacionais, palestras, semanas acadêmicas, entre outros.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O objetivo da campanha é reforçar e consolidar a Fema como a melhor opção para o aluno que pensa em se preparar para o mercado profissional.

A maioria dos jovens têm, ao final do ensino médio, a grande decisão sobre qual carreira seguir, muitas começadas logo no ensino superior. Muitos iniciam o ensino superior sem ter a certeza de que fizeram a melhor escolha da Instituição, do curso escolhido e de que caminhos pode seguir profissionalmente no momento em que concluírem o curso.

No conceito de comunicação proposto, visamos apresentar a Instituição como a melhor solução para a nova fase de vida do aluno, com um estilo de comunicação que converse diretamente com os jovens que cursam o ensino médio e principalmente que seja uma fonte esclarecedora para todas as dúvidas e conflitos que o futuro universitário possa ter. Dessa forma, a ideia é trabalhar conteúdos institucionais que apresentem a Fema, sua história, instalações, corpo docente, projetos, etc, além de conteúdos específicos sobre

os principais cursos, buscando esclarecer os caminhos que aquele curso pode oferecer no futuro profissional do aluno, auxiliando assim na escolha da Instituição e curso.

Serão desenvolvidos conteúdos, com foco de divulgação no meio digital, com entrevistas de alunos e egressos da Fema onde eles contarão em que fase da vida estão: ansiosos e com grandes expectativas para começar um curso, estudando e desenvolvendo uma identidade profissional para seguir carreira, começando no mercado de trabalho e descobrindo novas possibilidades de atuação, vivendo a melhor fase de suas vidas profissionais, entre outros.

A campanha será direcionada ao público principal, jovens entre 16 e 25 anos. Acrescentamos o público secundário que são os pais dos alunos, porque têm influência nas decisões de carreira e profissão dos filhos.

A campanha terá duração de 3 meses, no período de agosto a outubro, com grande foco no meio digital, sustentado por mídia TV e ações pontuais nas escolas. Iniciaremos com conteúdo mais informativo, no período que antecede ao período de inscrição, levando informação e podendo ser suporte na escolha do jovem.

As regiões foco de divulgação serão o Médio Paranapanema e o Norte do Paraná. Os meios digitais terão abrangência em toda a região de interesse e maior frequência enquanto a mídia offline será trabalhada em momentos específicos, descritos em detalhes na estratégia de mídia.

IDEIA CRIATIVA

Vestibular Fema. A próxima fase da sua vida.

Existe um intuito que é comum entre todas as pessoas que se inscrevem em vestibulares: evoluir no âmbito estudantil ou profissional. Assim, a conquista de cursar uma faculdade marca uma nova fase na vida do aluno, pois este é o início de uma vida melhor – os estudos possibilitam maiores aprendizados, abertura de novos horizontes e, consequentemente, maiores chances e oportunidades para o desenvolvimento de carreiras de sucesso.

A fase da faculdade é, em tese, uma das mais importantes da vida de uma pessoa. É nela em que se descobrem talentos, desenvolvem habilidades e definem caminhos profissionais que seguirão durante toda a vida. É a fase em que se constrói uma base para os próximos anos e, para isso, todo investimento é feito com a garantia do retorno por meio da profissão.

O conceito desenvolvido, "A próxima fase da sua vida", comunica exatamente isso. Na Fema, os futuros alunos podem contar com uma estrutura de campus completa, docentes altamente qualificados, grande variedade de cursos e áreas de atuação, entre outras ferramentas que podem fazer desta uma das melhores fases de suas vidas.

Nas artes, propomos utilizar imagens de pessoas que representam essa evolução, do passar das fases, que conseguiram se realizar profissionalmente em suas atuações. As áreas de saúde, comunicação e jurídica ganham destaque por englobarem todos os outros cursos oferecidos, tudo com artes contemporâneas, descontraídas e com cores vibrantes, elementos que atraem a atenção do público-alvo principal formado por recém-formados no ensino médio. As peças, assim, podem ser facilmente desdobradas para qualquer meio, tanto nas peças impressas como nas digitais (redes sociais e mídias programáticas), pois são bastante versáteis, abrangentes e adaptáveis. A paleta de cores utilizada é atual e alinhada com o meio digital, encontrada facilmente na linguagem visual de meios de tecnologia que são muito identificados pelo público.

Peças da Campanha

- Filme de 30" para veiculação em TV e meios digitais
- Jingle / Spot
- Hotsite da campanha
  - Informações gerais sobre o vestibular
  - Conteúdos específicos de cursos
- Cartaz com informações do vestibular para ser distribuído nas escolas
- Flyers para distribuição aos alunos do ensino médio
- Anúncio de jornal
- Outdoor
- Banner
- Faixa
- Conteúdos para meios digitais
  - Filme de 30"
  - Posts estáticos
  - Cápsulas web de até 3'
  - Posts em animação
  - Banners digitais para mídia programática e ações no Google (rede de display)
  - Banners eletrônicos para portais e sites

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Público: Jovens de ambos os sexos de 16 a 25 anos
Público Secundário: Pais dos Alunos
Regiões Foco: Médio Paranapanema e Norte do Paraná
Período da Divulgação: 01/08/2019 a 30/10/2019

As características apresentadas pelo nosso público, sendo o principal jovens de 16 a 24 anos representam quase 15% do universo do alcance da campanha e tem como hábito o consumo de informações no ambiente digital.

Sendo assim, nossa estratégia de mídia está pautada na comunicação 360º com forte alcance no meio digital como cobertura do Norte do Paraná e Médio do Paranapanema, sendo um Universo de aproximadamente 4 milhões de habitantes com 152 municípios.

A mídia de massa estará presente para atingir principalmente o público secundário, formador de opinião e influenciadores que são famílias, especialmente os pais de 30 a 45 anos que tem grande participação no futuro profissional dos filhos.

A divulgação terá uma intensificação maior no lançamento da campanha e a sequência na estratégia é de manutenção e frequência.

Mídia Offline
- TV Aberta
- Rádio
- Jornal
- Outdoor

Mídia Online
- Redes Sociais: Facebook, Instagram e YouTube
- Portais de notícias
- Mídia Programática
- Google: rede de pesquisa e rede de display

Não Mídia
- Cartazes
- Flyer
- Faixa
- Banner

MÍDIA OFFLINE: MEIOS

TV Aberta

Para atingir as regiões indicadas, a proposta é utilizar a TV Aberta Rede Globo Bauru e Londrina, SBT Jaú e Band Paulista de Presidente Prudente para alcançar os municípios do Médio Paranapanema e Norte do Paraná. Em algumas emissoras teremos uma exposição maior em outras regiões que podemos buscar vestibulandos para o curso de Medicina. Este curso tem muitos candidatos interessados e não fica limitado nas proximidades da região da Instituição de ensino Fema.

Mídia **X** | As chamadas avulsas de 30" tem como objetivo lembrar e intensificar massivamente as datas dos vestibulares da Fema. São programas voltados para o público principal, jovens e alguns programas que envolvem o público secundário, no caso, a família que são grandes influenciadores nas tomadas de decisão na escolha de uma carreira ou de uma Instituição de ensino para estudar.

Outdoor

A cobertura nas principais cidades da região estipulada tem como objetivo reforçar a mensagem do vestibular que terá uma presença digital muito forte. O alcance das placas é para mensagens rápidas e de fácil memorização do conteúdo apresentado.

Trabalharemos com a mídia outdoor durante 2 meses. A veiculação será na 1ª bi-semana de cada mês.

Formato: Placa simples, 9x3m

Rádio

A comunicação voltada para o público jovem tem como objetivo sustentar as chamadas do vestibular para reforço na comunicação. Não é o principal meio da estratégia de mídia, porém o Universo de música e entretenimento tem forte relacionamento com o público jovem.

O formato a ser trabalhado será jingle e spot de 30".

Jornal

Utilizar chamadas no meio para atingir o público secundário na campanha que são os pais dos possíveis vestibulandos. Com uma frequência bem menor, tem como intuito a exposição da campanha para um público influenciador.

O período a ser trabalhado na mídia jornal será de 3 meses, com frequência na primeira semana de cada mês.

Formato: 1 página, color.

MÍDIA ONLINE: MEIOS

Portal de Notícias

Os portais de notícias têm força regional porque transmitem, quase em tempo real, os acontecimentos locais e é uma forma rápida e fácil de se manter informado com notícias da região. A comunicação será em formato de banners e publieditorial.

Esse meio será trabalhado no período de 3 meses.

Google Ads

Campanhas para a rede de pesquisa e rede de display, gerando visibilidade de marca e geração de inscritos para o Vestibular.

Benefícios

- Especificar o público-alvo, demografia, dispositivos e interesses
- Mensurar a campanha
- Keywords relacionadas ao interesse do público
- Controlar o orçamento
- Pagar por clique
- Mensurar o ROI
- Compreender o comportamento do usuário

Estrutura

A Campanhas serão estruturadas da maneira abaixo:

- Conta
- Campanha
- Grupo de Anúncios
- Palavras-chave
- Anúncios

Rede de Pesquisa

O objetivo é geração de inscritos do vestibular. Criaremos campanhas para segmentar pela área de interesse do vestibulando e destaque nos cursos que têm maior concorrência. Cada curso da faculdade terá uma campanha específica que será alimentada por palavras-chave relevantes e cada campanha em média tem de 2 a 4 anúncios e de 10 a 30 palavras-chave.

O tráfego de cada anúncio levará para a página de informação do curso e quando o usuário navegar pelo site, haverá um pop up com uma CTA "Inscreva-se agora" que levará o usuário à página de inscrição.

Rede de Display

O objetivo é gerar visibilidade para marca e para a campanha do vestibular.

Trabalharemos com uma mensagem institucional para gerar mais visibilidade para a marca.

No dia do início das inscrições do vestibular, começamos uma nova campanha usando o mote do vestibular criando visibilidade para esta campanha. O clique no anúncio direciona o usuário para o hotsite do vestibular.

Mídia Programática

Informações de carreiras e quais instituições estudar são levadas em consideração e para a busca dessas informações a internet é um grande aliado.

A proposta da mídia programática é estar presente nos principais portais de comunicação online da região de atuação da faculdade com banners institucionais e de vestibular. Para essa estratégia de mídia direcionaremos o usuário para o hotsite da campanha.

Redes Sociais

Rede social tem a finalidade de relacionar pessoas ou marcas pela web. Dentro da estratégia da campanha o objetivo de utilizar essa mídia é interagir de maneira mais direta com os usuários. Para a campanha em questão utilizaremos as redes sociais abaixo: Facebook, Instagram e YouTube.

Serão gerados conteúdos relevantes com base nos assuntos de interesse, conforme sugestão no mapeamento de conteúdo abaixo:

Mapeamento de conteúdo

- Cursos: conteúdo relacionado aos cursos e possíveis dúvidas dos usuários.
- Dicas: conteúdo voltado para dicas aos vestibulandos. Ex.: Como se preparar para prova, Dicas para organizar o que estudar, etc.

- Quis: conteúdo de provas que já foram aplicadas.
- Memes: conteúdo para gerar um momento de descontração.
- Campanha: conteúdo com a identidade da campanha.

A estratégia será dividida em frentes: Reconhecimento, Consideração e Decisão.

Reconhecimento: Alcance e Reconhecimento da marca.

Consideração: Tráfego, Envolvimento, Geração de Cadastro e Visualizações de vídeo.

Decisão: Conversão (preenchimento do formulário de inscrição).

Facebook

O Facebook bateu a casa dos 2 bilhões de usuários no mundo. Com um enorme potencial para negócios: anúncios pagos, engajamento e um contato direto com sua base de seguidores.

Utilizaremos Posts estáticos, Vídeos e Anúncios Carrossel, conforme detalhamento nas planilhas.

Instagram

É a segunda rede social mais utilizada no Brasil e a mais utilizada entre os jovens. Tem um **crescimento de 23% ao ano**, mais do que o dobro de crescimento das outras redes sociais.

O Instagram permite mostrar de maneira mais real o dia a dia do universitário. Utilizaremos Posts, Vídeos e Stories, conforme detalhamento nas planilhas de mídia.

YouTube

É a rede social de vídeos mais utilizada no mundo. 95% da população brasileira online acessa a plataforma pelo menos 1 vez por mês. Segundo a fonte Internet Trends 2019, 27% da população mundial acessa a plataforma mais de uma vez por dia.

Pensando em alcançar o público-alvo, utilizaremos os vídeos da campanha, além de 2 a 4 vídeos com explicações sobre as principais dúvidas que os vestibulandos enfrentam, além de dicas de carreira e oportunidades.

SMS

90% dos SMS são lidos em 3 minutos após o recebimento, pois provoca uma proximidade com o usuário.

Utilizaremos esse meio para criar comunicação direta e disparar mensagens para os vestibulandos e também os já inscritos no decorrer da campanha.

O conteúdo terá como objetivo a captação de matrículas e também a redução do número de "não comparecimento" na data da prova.

Hotsite

Durante o período da campanha, será criado um hotsite especificamente para divulgação do vestibular, dicas aos vestibulandos de como se preparar para as provas, informações sobre a cidade (para alunos que vêm de fora), conteúdos específicos sobre cursos, apresentação da Instituição, etc.

Os conteúdos de redes sociais levam o link para o hotsite da campanha, onde o aluno pode ter todas as informações centralizadas e completas.

NÃO MÍDIA

Cartazes

Serão produzidos cartazes a serem distribuídos em escolas e locais de grande circulação das cidades para divulgação do vestibular e chamar para o hotsite para terem informações mais completas sobre a Instituição e sobre o vestibular.

Flyers

Serão produzidos flyers para distribuição aos alunos do ensino médio, bem como colocados em locais de grande circulação das cidades de interesse, com informações sobre o vestibular e chamando para visitarem o hotsite para terem informações mais completas sobre a Instituição e sobre o vestibular.

Banners e Faixas

Serão produzidos banners e faixas em locais de grande circulação de pessoas com divulgação do vestibular.

Adesivos frota

Adesivo para frota da Instituição com divulgação do vestibular.

PLANILHAS DE MÍDIA

Serão apresentadas nas planilhas seguintes todo o detalhamento de mídia online e offline:

- Quadro resumo de investimentos de mídia por mês contendo as informações: tipo de mídia, veículo, inserções, formato, GRP e investimento.
- Planilhas com detalhamento mensal de cada mídia e grade de veiculação.

C L. FEMA
Fls. nº 183

QUADRO RESUMO AGOSTO

	QUADRO RESUMO								
	AGOSTO								
	Meio	Formato	Ins	GRP	Imp Dom	Investimento		Total	
TV ABERTA	TV | TV Tem Bauru	Midia X - 30"	12	216	1 873 362	R$	37 053,00	R$	95 643,00
	TV | RPC Globo Londrina	Midia X - 30"	13	199	1 105 765	R$	32 547,00		
	TV | Sbt Central Jaú	Midia X - 30"	3	29	301 374	R$	10 341,00		
	TV | Band Paulista	Midia X - 30"	3	12	236 550	R$	15 702,00		
OOH	OUTDOOR | Karony Assis	Placa - 9x3m	10	62	3 810	R$	7 500,00	R$	16 064,00
	OUTDOOR | PR Outdoor	Placa - 9x3m	8	16	5 160	R$	8 564,00		
RÁDIOS	RÁDIO | Rádio T Andirá	Spot 30"	171	5 130	5 130 000	R$	12 825,00	R$	32 586,70
	RÁDIO | Interativa Assis	Spot 30"	171	5 130	77 511 581	R$	2 907,00		
	RÁDIO | Voz do Vale C M	Spot 30"	155	4 650	70 259 036	R$	13 950,00		
	RÁDIO | Ativa P Paulista	Spot 30"	155	4 650	8 857 413	R$	2 904,70		
JORNAL	JORNAL | Jornal de Assis	Página color	2	2	2 000	R$	2 124,00	R$	2 124,00
PORTAIS	PORTAL | Assiscity	Banner e publieditorial	2	60	114 289	R$	1 400,00	R$	3 400,00
	PORTAL | Assisnews	Top banner	1	30	57 145	R$	1 000,00		
	PORTAL | Cidade Jacarezinho	Banner e publieditorial	2	60	77 400	R$	1 000,00		
REDES SOCIAIS	Facebook	Post Estáticos, Post Carrossel e Video	-	-	-	R$	11 500,00	R$	29 700,00
	Instagram	Post Estático Stories e Video	-	-	-	R$	5 300,00		
	Youtube	Video 30" e Programetes 3'	-	-	-	R$	12 900,00		
FERRAMENTAS	Google Ads	Rede de Pesquisa e Display	-	-	-		23 500,00	R$	38 000,00
	Mídia Programática	Display e Video	-	-	-		14 500,00		
MKT MÓVEL	SMS		-	-	-		3 000,00	R$	3 000,00
			708	20.246	165.534.883		-	R$	220.537,70

C L. FEMA
Fls. nº 1843

QUADRO RESUMO SETEMBRO

QUADRO RESUMO									
SETEMBRO									
	Meio	Formato	Ins	GRP	Imp Dom	Investimento		Total	
TV ABERTA	TV | TV Tem Bauru	Midia X - 30"	13	244	2 116 205	R$	34 143,00		
	TV | RPC Globo Londrina	Midia X - 30"	13	190	1 055 822	R$	32 818,00	R$	84 323,00
	TV | Sbt Central Jaú	Midia X - 30"	2	19	200 916	R$	6 894,00		
	TV | Band Paulista	Midia X - 30"	2	8	157 700	R$	10 468,00		
OOH	OUTDOOR | Karony Assis	Placa - 9x3m	10	62	3 810	R$	7 500,00	R$	16 084,00
	OUTDOOR | PR Outdoor	Placa - 9x3m	8	16	5 160	R$	8 584,00		
RADIOS	RÁDIO | Rádio T Andirá	Spot 30"	125	3 750	3 750 000	R$	9 375,00		
	RÁDIO | Interativa Assis	Spot 30"	105	3 150	47 594 831	R$	1 785,00	R$	21 264,70
	RÁDIO | Voz do Vale C M	Spot 30"	80	2 400	36 262 728	R$	7 200,00		
	RÁDIO | Ativa P Paulista	Spot 30"	155	4 650	8 857 413	R$	2 904,70		
JORNAL	JORNAL | Jornal de Assis	Página color	2	2	2 000	R$	2 124,00	R$	2 124,00
PORTAIS	PORTAL | Assiscity	Banner e publieditorial	2	60	114 289	R$	1 400,00		
	PORTAL | Assisnews	Top banner	1	30	57 145	R$	1 000,00	R$	3 400,00
	PORTAL | Cidade Jacarezinho	Banner e publieditorial	2	60	77 400	R$	1 000,00		
REDES SOCIAIS	Facebook	Post Estáticos, Post Carrossel e Video	-	-	-	R$	8 000,00		
	Instagram	Post Estático Stories e Video	-	-	-	R$	3 300,00	R$	31 300,00
	Youtube	Video 30" e Programetes 3'	-	-	-	R$	20 000,00		
FERRA-MENTAS	Google Ads	Rede de Pesquisa e Display	-	-	-		30 300,00	R$	56 350,00
	Mídia Programática	Display e Video	-	-	-		26 050,00		
MKT MO-VEL	SMS	160 caracteres	-	-	-		2.625,00	R$	2 625,00
			520	14.642	100.255.417		-	R$	217.470,70

C L. FEMA
Fls. nº 1857

QUADRO RESUMO OUTUBRO

	QUADRO RESUMO								
	OUTUBRO								
	Meio	Formato	Ins	GRP	Imp Dom	Investimento		Total	
TV ABERTA	TV | TV Tem Bauru	Midia X - 30"	10	190	1 647 864	R$	26 852,00		
	TV | RPC Globo Londrina	Midia X - 30"	10	147	816 449	R$	21 601,00	R$	60 581,00
	TV | Sbt Central Jaú	Midia X - 30"	2	19	200 916	R$	6 894,00		
	TV | Band Paulista	Midia X - 30"	1	4	78 850	R$	5 234,00		
OOH	OUTDOOR | Karony Assis	Placa - 9x3m	10	62	3 810	R$	7 500,00	R$	16 084,00
	OUTDOOR | PR Outdoor	Placa - 9x3m	8	16	5 160	R$	8 584,00		
RÁDIOS	RÁDIO | Rádio T Andirá	Spot 30"	75	2 250	2 250 000	R$	5 625,00		
	RÁDIO | Interativa Assis	Spot 30"	75	2 250	33 996 308	R$	1 275,00	R$	15 055,50
	RÁDIO | Voz do Vale C M	Spot 30"	75	2 250	33 996 308	R$	6 750,00		
	RÁDIO | Ativa P Paulista	Spot 30"	75	2 250	4 285 845	R$	1 405,50		
JORNAL	JORNAL | Jornal de Assis	Página color	1	1	1 000	R$	1 062,00	R$	1 062,00
PORTAIS	PORTAL | Assiscity	Banner e publieditorial	2	60	114 289	R$	1 400,00		
	PORTAL | Assisnews	Top banner	1	30	57 145	R$	1 000,00	R$	3 400,00
	PORTAL | Cidade Jacarezinho	Banner e publieditorial	2	60	77 400	R$	1 000,00		
REDES SOCIAIS	Facebook	Post Estáticos, Post Carrossel e Video	-	-	-	R$	10 750,00		
	Instagram	Post Estático Stories e Video	-	-	-	R$	5 000,00	R$	35 750,00
	Youtube	Video 30" e Programetes 3'	-	-	-	R$	20 000,00		
FERRAMENTAS	Google Ads	Rede de Pesquisa e Display					30 300,00	R$	56 350,00
	Midia Programática	Display e Video					26 050,00		
MKT MOVEL	SMS						3 000,00	R$	3 000,00
			347	9.589	77.531.342		-	R$	191.282,50

DETALHAMENTO MÍDIA AGOSTO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
TV TEM - BAURU		**Avulsa**		**DTV**		**867.297**	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
Tem Noticias 1ªed	seg a sab	12h	30"	2 427,00	0%	2 427,00						1			1		
Globo Esporte	seg a sab	12h50	30"	3 082,00	0%	3 082,00								1			
Jornal Hoje	seg a sab	13h20	30"	2 868,00	0%	2 868,00							1				
Caldeirão do Huck	sab	16h	30"	2 429,00	0%	2 429,00											
Altas Horas	sab	10h45	30"	1 917,00	0%	1 917,00										1	
Temperatura Máxima	dom	14h05	30"	2 160,00	0%	2 160,00											1
Fantástico	dom	21h	30"	8 498,00	0%	8 498,00				1							

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
RPC LONDRINA		**Avulsa**		**DTV**		**556.164**	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1
PTV 1ªed	seg a sab	12h	30"	2 175,00	0%	2 175,00						1				1	
Globo Esporte	seg a sab	12h50	30"	2 373,00	0%	2 373,00					1		1		1		
Jornal Hoje	seg a sab	13h20	30"	2 391,00	0%	2 391,00								1			
Caldeirão do Huck	sab	16h	30"	1 692,00	0%	1 692,00											
Altas Horas	sab	10h45	30"	1 401,00	0%	1 401,00										1	
Temperatura Máxima	dom	14h05	30"	1 756,00	0%	1 756,00											1
Fantástico	dom	21h	30"	7 097,00	0%	7 097,00				1							

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
SBT CENTRAL JAÚ		**Avulsa**		**DTV**		**1.035.648**	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
The Noite - Gentili	seg a sex	0h30	30"	3 447,00	0%	3 447,00											

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
BAND PAULISTA		**Avulsa**		**DTV**		**1.900.000**	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Jogo Aberto	seg a sab	11h	30"	5 234,00	0%	5 234,00						1					

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
KARONY ASSIS		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**190.482**	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Assis	BI 34	24h	10	750,00	0%	750,00											
Cândido Mota	BI 34	24h	2	750,00	0%	750,00											
Tarumã	BI 34	24h	2	750,00	0%	750,00											
Paraguaçu Paulista	BI 34	24h	2	750,00	0%	750,00											

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D
PR OUTDOOR		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**129.000**	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jacarezinho	BI 34	24H	2	1 073,00	0%	1 073,00											
Santo Antonio da Platina	BI 34	24H	2	1 073,00	0%	1 073,00											
Cambara	BI 34	24h	2	1 073,00	0%	1 073,00											
Andirá	BI 34	24H	2	1 073,00	0%	1 073,00											

C L. FEMA
Fls. nº 1872

AGOSTO

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**12**	**17,11**	**216**	**1.873.362**	**37.053,00**
																	3	21,00	63	546 397	7 281,00
																	2	20,00	40	346 919	6 164,00
1																	3	17,00	51	442 321	8.604,00
		1															1	12,00	12	104 076	2.429,00
																	1	10,00	10	86 730	1 917,00
																	1	21 00	21	182 132	2 160,00
																	1	19,00	19	164 786	8.498,00

AGOSTO

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**13**	**16,05**	**198,82**	**1.105.765**	**32.547,00**
1																	4	14 47	57,88	321 908	8 700,00
																	3	15,58	46,74	259 951	7.119,00
																	2	14,27	28,54	158 729	4 782,00
		1															1	15,19	15,19	84 481	1 692,00
																	1	15,57	15,57	86 595	1 401,00
																	1	13,85	13,85	77 029	1 756,00
																	1	21,05	21,05	117 073	7 097,00

AGOSTO

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	**3**	**9,70**	**29,1**	**301.374**	**10.341,00**
	1					1		1									3	9,70	29,1	301 374	10 341,00

AGOSTO

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**3**	**4,15**	**12,45**	**236.550**	**15.702,00**
					1												3	4,15	12,45	236 550	15.702,00

AGOSTO

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**10**	**2,00**	**62**	**3.810**	**7.500,00**
																	7	8,00	56	106 670	5 250,00
																	1	2,00	2	3 810	750,00
																	1	2,00	2	3 810	750,00
																	1	2,00	2	3 810	750,00

AGOSTO

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**8**	**2,00**	**16**	**5.160**	**8.584,00**
																	2	2 00	4	5 160	2.146,00
																	2	2,00	4	5 160	2.146,00
																	2	2,00	4	5 160	2 146,00
																	2	2,00	4	5 160	2 146,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
RÁDIO T ANDIRA 97,5		**Avulsa**		**Impactado**		**100.000**	7	7	7	7	7	7	7	7	5
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	75,00	0%	75,00	7	7	7	7	7	7	7	7	5

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
RÁDIO INTERATIVA		**Avulsa**		**Impactado**		**1.510.947**	7	7	7	7	7	7	7	7	5
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	17,00	0%	17,00	7	7	7	7	7	7	7	7	5

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
RÁDIO VOZ DO VALE 103,3		**Avulsa**		**Impactado**		**1.510.947**	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	90,00	0%	90,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
RÁDIO ATIVA		**Avulsa**		**Impactado**		**190.482**	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	18,74	0%	18,74	5	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	IMPR.	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
JORNAL DE ASSIS		**Avulsa**		**Impactado**		**100.000**	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Página Indeterminada	ter a dom	Color	1pg	1 062,00	0%	1 062,00				1						

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
PORTAL ASSISCITY				**Impactado**		**190.482**	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banners	BI 38	24H	1024x180 pixels	800,00	0%	800,00										
Publieditorial	BI 38	24H	matéria com foto	600,00	0%	600,00										

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
PORTAL ASSISNEWS				**Impactado**		**190.482**	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Top Banner	BI 38	24H	1200x400 pixels	1 000,00	0%	1 000,00										

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO				**Impactado**		**129.000**	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banner Topo	dom a sab	24H	1170x250	500,00	0%	500,00										
Notícia Patrocinada	dom a sab	24H	mátéria c/ foto	500,00	0%	500,00										

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	171	30,00	5130	5.130.000	12.825,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	171	30,00	5130	5 130 000	12.825,00

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	171	30,00	5130	77.511.581	2.907,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	171	30,00	5130	77 511 581	2.907,00

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	30,00	4650	70.259.036	13.950,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	30,00	4650	70 259 036	13 950,00

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	30,00	4650	8.857.413	2.904,70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	30,00	4650	8 857 413	2 904,70

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1,00	2	2.000	2.124,00
									1									2	1,00	2	2 000	2.124,00

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	30,00	60	114.289	1.400,00
																		1	30,00	30	57 145	800,00
																		1	30,00	30	57 145	600,00

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	30,00	30	57.145	1.000,00
																		1	30,00	30	57 145	1.000,00

AGOSTO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	30,00	60	77.400	1.000,00
																		1	30,00	30	38 700	500,00
																		1	30,00	30	38.700	500,00

FACEBOOK

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
				1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	1								1	
Posts Carrossel	1080 x 1080 px	seg-dom	24h						1				
Vídeos	30"	seg-dom	24h			1							

INSTAGRAM

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
				2	0	1	0	1	1	0	0	0	1
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	1				1					
Stories	1080 x 1920 px	seg-dom	24h	1					1				1
Vídeos	30"	seg-dom	24h			1							

YOUTUBE

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
				4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vídeos	30"	seg-dom	24h										
Programetes	3'	seg-dom	24h										

GOOGLE ADS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rede de Pesquisa	-	seg-dom	24h										
Rede de Display	-	seg-dom	24h										

*Contabilizado a quantidade de campanhas

MIDIA PROGRAMÁTICA

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Display	-	seg-dom	24h										
Vídeo	30"	seg-dom	24h										

SMS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
				1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Texto	160 caracteres	seg-dom	24h	1				1					

Cursos Dicas Quiz Me

C L. FEIRA
Fls. nº 1893

AGOSTO																			INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	16	-	R$ 11.500,00
		1				1						1					1		6	R$ 500,00	R$ 3.000,00
1				1						1					1			1	6	R$ 750,00	R$ 4.500,00
							1							1					4	R$ 1.000,00	R$ 4.000,00

AGOSTO																			INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	17		R$ 5.300,00
1						1				1			1						6	R$ 200,00	R$ 1.200,00
				1							1					1		1	7	R$ 300,00	R$ 2.100,00
							1							1					4	R$ 500,00	R$ 2.000,00

AGOSTO																			INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		R$ 12.900,00
		1																	1	R$ 4.500,00	R$ 4.500,00
		3																	3	R$ 2.800,00	R$ 8.400,00

AGOSTO																			INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13		R$ 23.500,00
		12																	12	R$ 1.500,00	R$ 18.000,00
		1																	1	R$ 5.500,00	R$ 5.500,00

AGOSTO																			INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		R$ 14.500,00
		1																	1	R$ 8.000,00	R$ 8.000,00
		1																	1	R$ 6.500,00	R$ 6.500,00

AGOSTO																			INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	8		R$ 3.000,00
				1					1				1				1	1	8	R$ 375,00	R$ 3.000,00

Campanha

DETALHAMENTO MÍDIA SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
TV TEM - BAURU		**Avulsa**		**DTV**		**867.297**	0	1	1	1	1	1	1	1
Tem Noticias 1ªed	seg a sab	12h	30"	2 427 00	0%	2 427 00		1				1		
Globo Esporte	seg a sab	12h50	30"	3 082 00	0%	3 082 00			1		1			
Jornal Hoje	seg a sab	13h20	30"	2 868 00	0%	2 868 00				1				
Revista de Sabado	sab	14h	30"	1 782 00	0%	1 782 00							1	
Caldeirão do Huck	sab	16h	30"	2 429 00	0%	2 429 00								
Temperatura Máxima	dom	14h05	30"	2 160 00	0%	2 160 00								1

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
RPC LONDRINA		**Avulsa**		**DTV**		**556.164**	1	1	1	1	1	1	1	1
PTV 1ªed	seg a sab	12h	30"	2 175 00	0%	2 175 00		1				1		
Globo Esporte	seg a sab	12h50	30"	2 373 00	0%	2 373 00			1		1			
Jornal Hoje	seg a sab	13h20	30"	2 391,00	0%	2 391 00				1				
Caldeirão do Huck	sab	16h	30"	1 692 00	0%	1 692 00							1	
Zero Um	dom	0h30	30"	1 055,00	0%	1 055,00								1
Temperatura Máxima	dom	14h05	30"	1 756,00	0%	1 756 00								
Fantastico	dom	21h	30"	7 097 00	0%	7 097 00	1							

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
SBT CENTRAL JAÚ		**Avulsa**		**DTV**		**1.035.648**	0	1	0	0	0	1	0	0
The Note - Gentili	seg a sex	0h30	30"	3 447,00	0%	3 447 00		1				1		

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
BAND PAULISTA		**Avulsa**		**DTV**		**1.900.000**	0	0	0	0	0	0	0	0
Jogo Aberto	seg a sab	11h	30"	5 234,00	0%	5 234 00								

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
KARONY ASSIS		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**190.462**	10	0	0	0	0	0	0	0
Assis	BI 38	24h	10	750 00	0%	750,00								
Cândido Mota	BI 38	24h	2	750,00	0%	750,00								
Tarumã	BI 38	24h	2	750,00	0%	750,00								
Paraguaçu Paulista	BI 38	24h	2	750 00	0%	750 00								

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
PR OUTDOOR		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**129.000**	8	0	0	0	0	0	0	0
Jacarezinho	BI 38	24h	2	1 073 00	0%	1 073 00								
Santo Antonio da Platina	BI 38	24h	2	1 073 00	0%	1 073 00								
Cambara	BI 38	24h	2	1 073 00	0%	1 073,00								
Andirá	BI 38	24h	2	1 073 00	0%	1 073 00								

C L. FEMA
Fls. nº 1913

SETEMBRO																									
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	17,11	244	2.116.205	34.143,00
	1																				4	21,00	84	728 529	9 708,00
1																					4	20,00	80	693 838	12 328,00
		1																			2	17,00	34	294 881	5 736,00
																					1	13,00	13	112 749	1 782,00
			1																		1	12,00	12	104 076	2 429,00
																					1	21,00	21	182 132	2 160,00

SETEMBRO																									
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	16,05	189,84	1.055.822	32.818,00
	1																				4	14 47	57,88	321 908	8 700,00
1																					4	15,58	62,32	346 601	9 492,00
		1																			2	14,27	28,54	158 729	4 782,00
																					1	15,19	15,19	84 481	1 692,00
																					1	4,86	4 86	27 030	1 055,00
																					0	13,85	0	-	-
																					1	21 05	21,05	117 073	7 097,00

SETEMBRO																									
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	9,70	19,4	200.916	6.894,00
																					2	9,70	19 4	200 916	6 894,00

SETEMBRO																									
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	4,15	8,3	157.700	10.468,00
							1						1								2	4,15	8 3	157 700	10 468,00

SETEMBRO																									
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2,00	62	3.810	7.500,00
																					7	8,00	56	106 670	5 250,00
																					1	2,00	2	3 810	750,00
																					1	2,00	2	3 810	750,00
																					1	2,00	2	3 810	750,00

SETEMBRO																									
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	2,00	16	5.160	8.584,00
																					2	2,00	4	5 160	2 146,00
																					2	2,00	4	5 160	2 146,00
																					2	2,00	4	5 160	2 146,00
																					2	2,00	4	5 160	2 146,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
RÁDIO T ANDIRA 97,5		**Avulsa**		**Impactado**		**100.000**	5	3	5	3	5	3	5	3
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	75 00	0%	75.00	5	3	5	3	5	3	5	3

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
RÁDIO INTERATIVA		**Avulsa**		**Impactado**		**1.510.947**	0	7	0	7	0	7	0	7
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	17 00	0%	17.00		7		7		7		7

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
RÁDIO VOZ DO VALE 103,3		**Avulsa**		**Impactado**		**1.510.947**	5	0	5	0	5	0	5	0
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	90 00	0%	90.00	5		5		5		5	

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
RÁDIO ATIVA		**Avulsa**		**Impactado**		**190.482**	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom a sáb	0h a 23h	30"	18 74	0%	18.74	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	IMPR.	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
JORNAL DE ASSIS		**Avulsa**		**Impactado**		**100.000**	0	0	0	0	0	0	0	0
Página Indeterminada	ter a dom	Color	1pg	1 062 00	0%	1 062 00								

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
PORTAL ASSISCITY				**Impactado**		**190.482**	2	0	0	0	0	0	0	0
Banners	BI 38	24h	1024x180 pixels	800 00	0%	800 00								
Publieditorial	BI 38	24h	matéria com foto	600 00	0%	600 00								

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
PORTAL ASSISNEWS				**Impactado**		**190.482**	1	0	0	0	0	0	0	0
Top Banner	BI 38	24h	1200x400 pixels	1 000 00	0%	1 000.00								

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							D	S	T	Q	Q	S	S	D
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO				**Impactado**		**129.000**	2	0	0	0	0	0	0	0
Banner Topo	dom a sab	24h	1170x250	500,00	0%	500.00								
Noticia Patrocinada	dom a sab	24h	matéria c/ foto	500 00	0%	500.00								

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	125	30,00	3750	3.750.000	9.375,00
5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	125	30 00	3750	3 750 000	9 375,00

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	105	30,00	3150	47.594.831	1.785,00
	7		7		7		7		7		7		7		7		7		7		105	30,00	3150	47 594 831	1 785,00

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	80	30,00	2400	36.262.728	7.200,00
5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5	80	30,00	2400	36 262 728	7.200,00

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	30,00	4650	8.857.413	2.904,70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	30,00	4650	8 857 413	2 904,70

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1,00	2	2.000	2.124,00
		1													1						2	1,00	2	2 000	2 124,00

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	30,00	60	114.289	1.400,00
																					1	30,00	30	57 145	800,00
																					1	30,00	30	57 145	600,00

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	30,00	30	57.145	1.000,00
																					1	30,00	30	57.145	1 000,00

SETEMBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	X					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	30,00	60	77.400	1.000,00
																					1	30,00	30	38 700	500,00
																					1	30,00	30	38 700	500,00

FACEBOOK

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
				0	1	1	0	1	0	0	0	1	0
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h					1				1	
Posts Carrossel	1080 x 1080 px	seg-dom	24h		1								
Vídeos	30"	seg-dom	24h			1							

INSTAGRAM

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
				0	0	1	1	0	0	0	0	1	1
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h			1							
Stories	1080 x 1920 px	seg-dom	24h				1						1
Vídeos	30"	seg-dom	24h									1	

YOUTUBE

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
				4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vídeos	30"	seg-dom	24h										
Programetes	3'	seg-dom	24h										

GOOGLE ADS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rede de Pesquisa	-	seg-dom	24h										
Rede de Display	-	seg-dom	24h										

*Contabilizado a quantidade de campanhas

MIDIA PROGRAMATICA

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Display	-	seg-dom	24h										
Vídeo	30"	seg-dom	24h										

SMS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
				1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Texto	160 caracteres	seg-dom	24h	1				1					

Cursos | Dicas | Quiz | Mer

SETEMBRO																		INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	10	-	R$ 8.000,00
			1								1							4	R$ 650,00	R$ 2.600,00
						1								1				4	R$ 850,00	R$ 3.400,00
								1										2	R$ 1.000,00	R$ 2.000,00

SETEMBRO																		INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	1	11		R$ 3.300,00
			1											1				4	R$ 200,00	R$ 800,00
					1					1							1	5	R$ 300,00	R$ 1.500,00
										1								2	R$ 500,00	R$ 1.000,00

SETEMBRO																		INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		R$ 20.000,00
			1															1	R$ 8.000,00	R$ 8.000,00
			3															3	R$ 4.000,00	R$ 12.000,00

SETEMBRO																		INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13		R$ 30.300,00
			12*															12	R$ 1.900,00	R$ 22.800,00
			1															1	R$ 7.500,00	R$ 7.500,00

SETEMBRO																		INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		R$ 26.050,00
			1															1	R$ 16.500,00	R$ 16.500,00
			1															1	R$ 9.550,00	R$ 9.550,00

SETEMBRO																		INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	7		R$ 2.625,00
1				1					1				1				1	7	R$ 375,00	R$ 2.625,00

Campanha

DETALHAMENTO MÍDIA OUTUBRO

C L. FEMA
Fls. nº 1943

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
TV TEM - BAURU		**Avulsa**		**DTV**		**867.297**	**0**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**
Tem Noticias 1ªed	seg. a sab.	12h	30"	2.427,00	0%	2.427,00		1					1	
Globo Esporte	seg. a sab.	12h50	30"	3.082,00	0%	3.082,00			1					
Jornal Hoje	seg. a sab.	13h20	30"	2.868,00	0%	2.868,00				1				1
Revista de Sábado	sab.	14h	30"	1.782,00	0%	1.782,00								
Caldeirão do Huck	sab.	16h	30"	2.429,00	0%	2.429,00					1			
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	2.160,00	0%	2.160,00						1		

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
RPC LONDRINA		**Avulsa**		**DTV**		**556.164**	**0**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**
RTV 1ªed	seg. a sab.	12h	30"	2.175,00	0%	2.175,00		1					1	
Globo Esporte	seg. a sab.	12h50	30"	2.373,00	0%	2.373,00			1					
Jornal Hoje	seg. a sab.	13h20	30"	2.391,00	0%	2.391,00				1				1
Altas Horas	sab.	10h45	30"	1.401,00	0%	1.401,00					1			
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	1.756,00	0%	1.756,00						1		

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
SBT CENTRAL JAÚ		**Avulsa**		**DTV**		**1.035.648**	**0**	**1**	**0**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**
The Noite - Gentili	seg. a sex.	0h30	30"	3.447,00	0%	3.447,00		1		1				

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
BAND PAULISTA		**Avulsa**		**DTV**		**1.900.000**	**0**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Jogo Aberto	seg. a sab.	11h	30"	5.234,00	0%	5.234,00		1						

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
KARONY ASSIS		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**190.482**	**10**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Assis	BI 42	24H	10	750,00	0%	750,00								
Cândido Mota	BI 42	24H	2	750,00	0%	750,00								
Tarumã	BI 42	24h	2	750,00	0%	750,00								
Paraguaçu Paulista	BI 42	24H	2	750,00	0%	750,00								

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
PR OUTDOOR		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**129.000**	**8**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Jacarezinho	BI 42	24H	2	1.073,00	0%	1.073,00								
Santo Antonio da Platina	BI 42	24H	2	1.073,00	0%	1.073,00								
Cambara	BI 42	24h	2	1.073,00	0%	1.073,00								
Andira	BI 42	24H	2	1.073,00	0%	1.073,00								

OUTUBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	17,11	190	1.647.864	26.852,00
																					3	21,00	63	546.397	7.281,00
1																					3	20,00	60	520.378	9.246,00
																					2	17,00	34	294.881	5.736,00
																					0	13,00	0	-	-
																					1	12,00	12	104.076	2.429,00
																					1	21,00	21	182.132	2.160,00

OUTUBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	16,05	146,8	816.449	21.601,00
																					3	14,47	43,41	241.431	6.525,00
																					2	15,58	31,16	173.301	4.746,00
1																					3	14,27	42,81	238.094	7.173,00
																					1	15,57	15,57	86.595	1.401,00
																					1	13,85	13,85	77.029	1.756,00

OUTUBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	9,70	19,4	200.916	6.894,00
																					2	9,70	19,4	200.916	6.894,00

OUTUBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4,15	4,15	78.850	5.234,00
																					1	4,15	4,15	78.850	5.234,00

OUTUBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	2,00	62	3.810	7.500,00
																					7	8,00	56	106.670	5.250,00
																					1	2,00	2	3.810	750,00
																					1	2,00	2	3.810	750,00
																					1	2,00	2	3.810	750,00

OUTUBRO

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	2,00	16	5.160	8.584,00
																					2	2,00	4	5.160	2.146,00
																					2	2,00	4	5.160	2.146,00
																					2	2,00	4	5.160	2.146,00
																					2	2,00	4	5.160	2.146,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
RÁDIO T ANDIRA 97,5		Avulsa		Impactado		100.000	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb	0h a 23h	30"	75,00	0%	75,00	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
RÁDIO INTERATIVA		Avulsa		Impactado		1.510.947	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	17,00	0%	17,00	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8
							T	Q	Q	S	S	D	S	T
RÁDIO VOZ DO VALE		Avulsa		Impactado		1.510.947	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	90,00	0%	90,00	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
RÁDIO ATIVA		Avulsa		Impactado		190.482	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	18,74	0%	18,74	5	5	5	5	5	5	5	5	5

VEÍCULO	DIA	IMPR.	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
JORNAL DE ASSIS		Avulsa		Impactado		100.000	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Página Indeterminada	ter. a dom.	Color	1pg	1 062,00	0%	1.062,00					1				

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
PORTAL ASSISCITY				Impactado		190.482	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Banners	BI 38	24H	1024x180 pixels	800,00	0%	800,00									
Publieditorial	BI 38	24H	matéria com foto	600,00	0%	600,00									

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
PORTAL ASSISNEWS				Impactado		190.482	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Top Banner	BI 38	24H	1200x400 pixels	1.000,00	0%	1.000,00									

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
							T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO				Impactado		129.000	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Banner Topo	dom. a sab.	24H	1170x250	500,00	0%	500,00									
Noticia Patrocinada	dom. a sab.	24H	mátéria c/ foto	500,00	0%	500,00									

C L. FEMA
Fls. nº 1963

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	30,00	2250	2.250.000	5.625,00
5	5	5	5																	75	30,00	2250	2.250.000	5.625,00

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	30,00	2250	33.996.308	1.275,00
5	5	5	5																	75	30,00	2250	33.996.308	1.275,00

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	30,00	2250	33.996.308	6.750,00
5	5	5	5																	75	30,00	2250	33.996.308	6.750,00

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	30,00	2250	4.285.845	1.405,50
5	5	5	5																	75	30,00	2250	4.285.845	1.405,50

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1,00	1	1.000	1.062,00
																				1	1,00	1	1.000	1.062,00

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	30,00	60	114.289	1.400,00
																				1	30,00	30	57.145	800,00
																				1	30,00	30	57.145	600,00

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	30,00	30	57.145	1.000,00
																				1	30,00	30	57.145	1.000,00

OUTUBRO																								
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	30,00	60	77.400	1.000,00
																				1	30,00	30	38.700	500,00
																				1	30,00	30	38.700	500,00

FACEBOOK

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
				1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h				1					1		
Posts Carrossel	1080 x 1080 px	seg-dom	24h	1										
Vídeos	30"	seg-dom	24h			1								

INSTAGRAM

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
				1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h				1					1		
Stories	1080 x 1920 px	seg-dom	24h	1						1				
Vídeos	30"	seg-dom	24h			1								

YOUTUBE

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
				4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vídeos	30"	seg-dom	24h											
Programetes	3'	seg-dom	24h											

GOOGLE ADS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rede de Pesquisa	-	seg-dom	24h											
Rede de Display	-	seg-dom	24h											

*Contabilizado a quantidade de campanhas

MIDIA PROGRAMATICA

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Display	-	seg-dom	24h											
Vídeo	30"	seg-dom	24h											

SMS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
				1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Texto	160 caracteres	seg-dom	24h	1						1				

Cursos | Dicas | Quiz | Memes

OUTUBRO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q			
1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	15	-	R$ 10.750,00
				1							1					1	1	6	R$ 500,00	R$ 3.000,00
		1					1						1					5	R$ 750,00	R$ 3.750,00
1									1						1			4	R$ 1.000,00	R$ 4.000,00

OUTUBRO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q			
1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	2	2	16		R$ 5.000,00
				1							1					1	1	6	R$ 200,00	R$ 1.200,00
							1									1	1	6	R$ 300,00	R$ 1.800,00
1									1						1			4	R$ 500,00	R$ 2.000,00

OUTUBRO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		R$ 20.000,00
		1																1	R$ 8.000,00	R$ 8.000,00
		3																3	R$ 4.000,00	R$ 12.000,00

OUTUBRO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13		R$ 30.300,00
		12*																12	R$ 1.900,00	R$ 22.800,00
		1																1	R$ 7.500,00	R$ 7.500,00

OUTUBRO

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		R$ 26.050,00
		1																1	R$ 16.500,00	R$ 16.500,00
		1																1	R$ 9.550,00	R$ 9.550,00

OUTUBRO

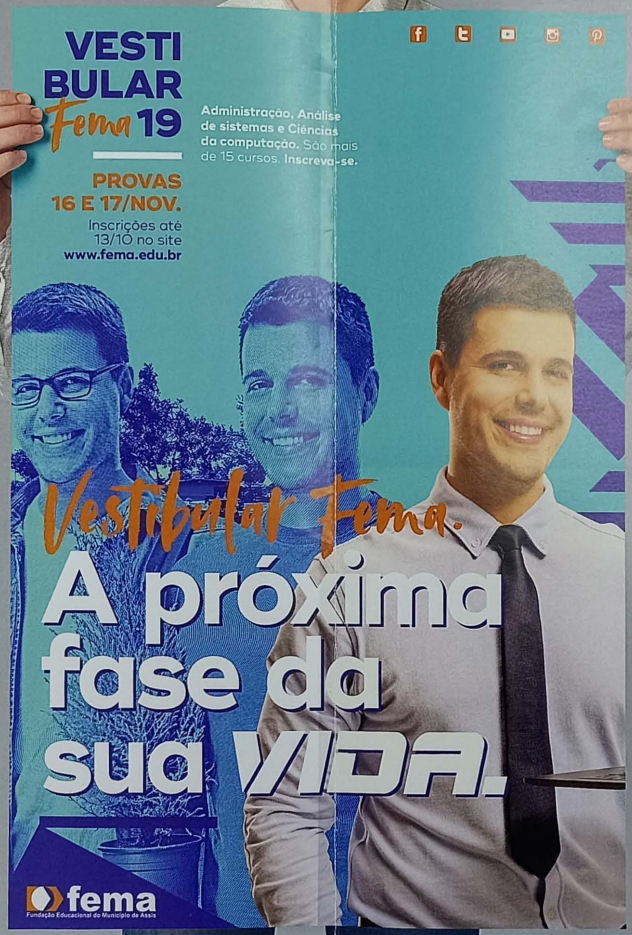
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q			
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	8		R$ 3.000,00
			1					1				1				1	1	8	R$ 375,00	R$ 3.000,00

mpanha

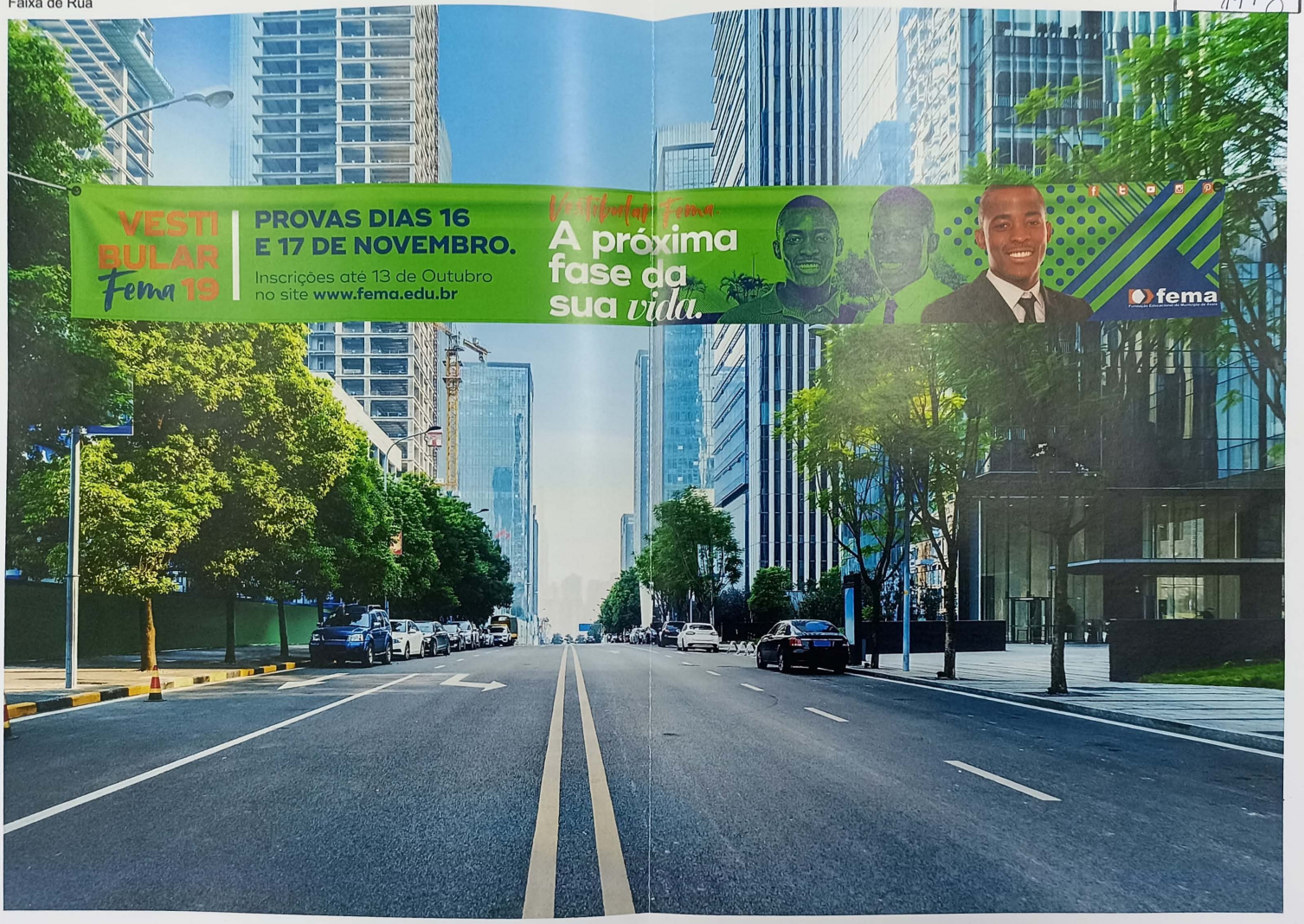
RESUMO DE INVESTIMENTOS

QUADRO RESUMO DE INVESTIMENTOS			
Meio		Total	
TV ABERTA		R$	240.547,00
OUTDOOR		R$	48.252,00
RÁDIO		R$	68.906,90
JORNAL		R$	5.310,00
PORTAL		R$	10.200,00
REDES SOCIAIS		R$	96.750,00
MÍDIA PROGRAMÁTICA E GOOGLE ADS		R$	150.700,00
SMS		R$	8.625,00
TOTAL MÍDIA		**R$**	**629.290,90**
CARTAZES	Formato 29,7x42 - 1000 unidades	R$	1.500,00
FYER	Formato 10x20 - 10 mil unidades	R$	2.500,00
BANNER	Formato 60x90 - 100 unidades	R$	2.500,00
FAIXA	Formato 200X60 - 50 unidades	R$	2.750,00
ADESIVO DE CARRO	Formato 60x40 - 20 unidades	R$	1.200,00
HOTSITE	Programação	R$	4.000,00
JINGLE / SPOT		R$	5.000,00
FILME 30"		R$	60.000,00
CAPSULAS WEB - 10		R$	40.000,00
TOTAL PRODUÇÃO		**R$**	**119.450,00**
CUSTOS INTERNOS AGÊNCIA		R$	50.000,00
TOTAL AGÊNCIA		**R$**	**50.000,00**
TOTAL GERAL		**R$**	**798.740,90**

Cartaz



Faixa de Rua



Outdoor

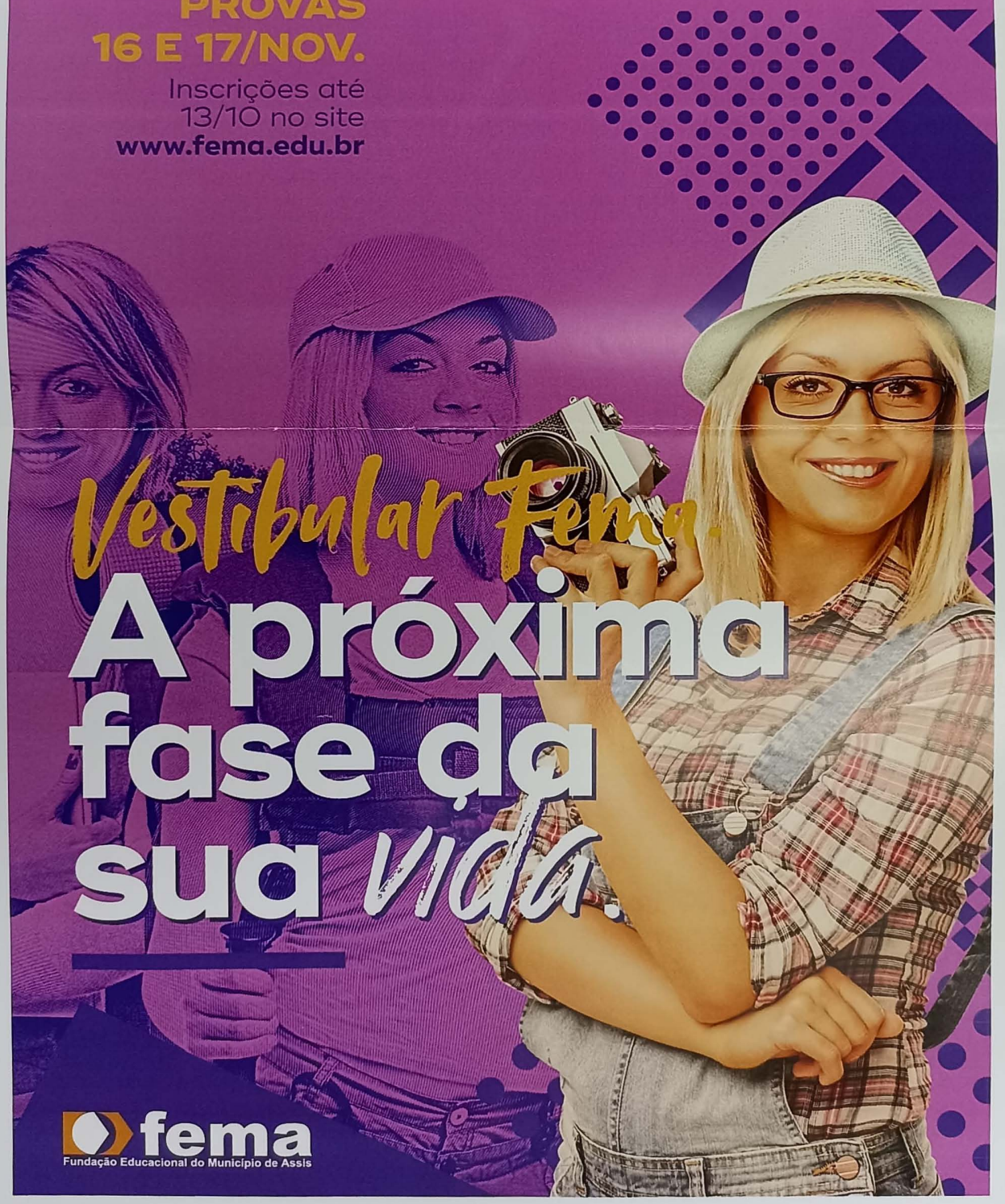
Anúncio Jornal

VESTIBULAR Fema 19

Procuramos por evolução em toda nova fase de nossa vida estudantil e profissional. Por isso, a Fema é o lugar ideal para você dar seu próximo passo. Aqui você conta com mais de 15 cursos de graduação, pós-graduação e cursos de extensão, tudo em um excelente campus e com docentes altamente preparados. **Inscreva-se em nosso vestibular, escolha seu curso e comece uma nova fase com a gente.**

PROVAS 16 E 17/NOV.

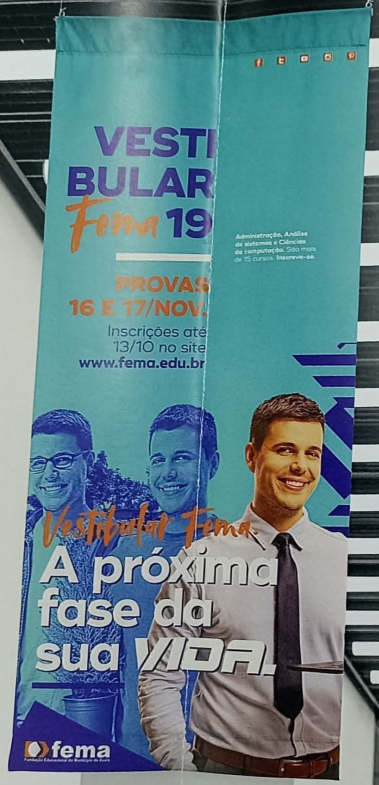
Inscrições até 13/10 no site **www.fema.edu.br**



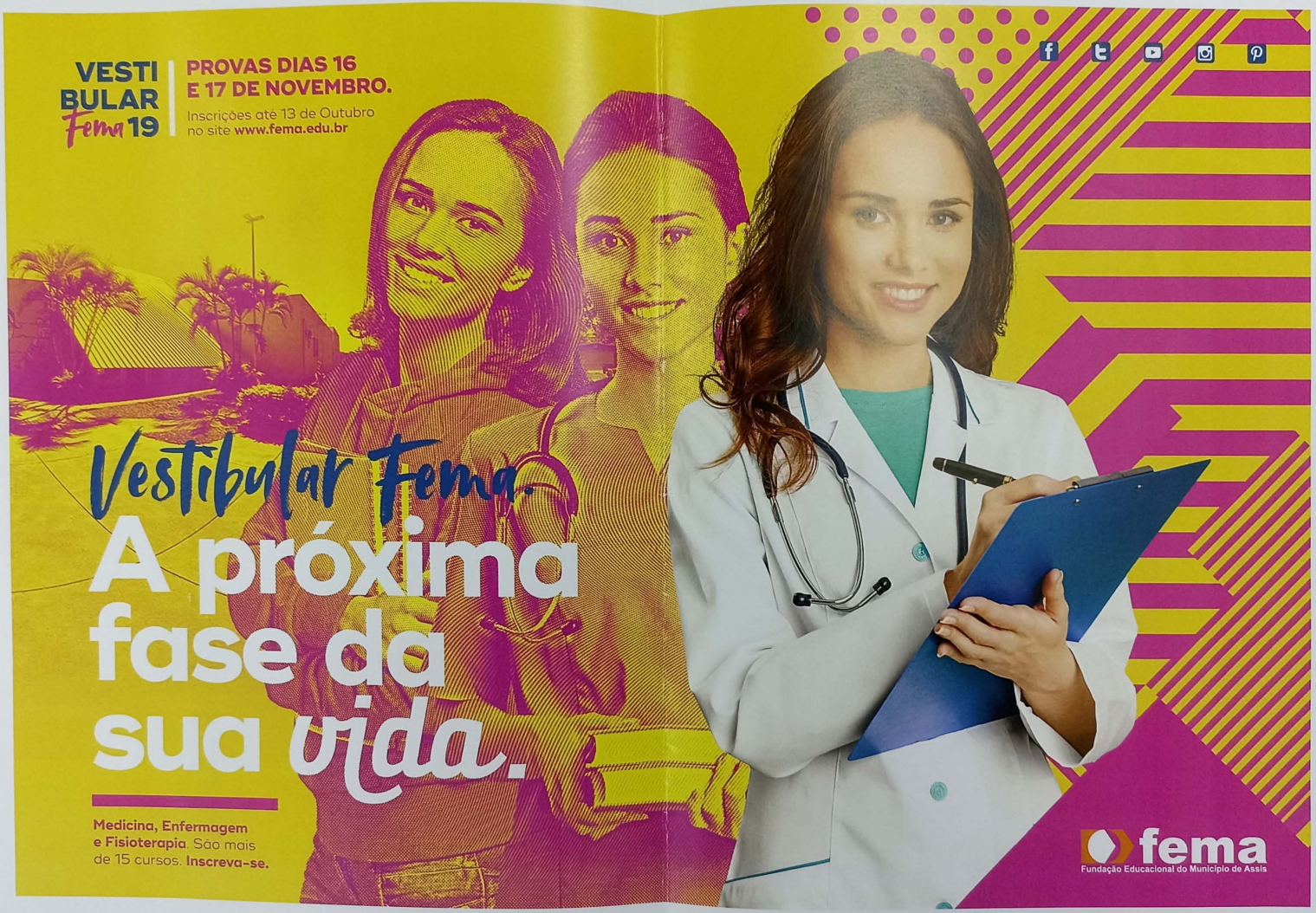
fema
Fundação Educacional do Município de Assis

Painel Lambe-Lambe

Banner



Peça Conceito



VT 30"

Em um plano sequência, vemos mochilas lado a lado que mostram fases da vida escolar de alguém, sempre com um objeto representativo ao lado:

Sacola de bebê com uma mamadeira ao lado;

Lancheira com maçã do lado;

Mochila infantil com lápis de cores ao lado;

Mochila de adolescente com cadernos de pauta ao lado;

Mochila de adultos com notebook ao lado;

Diploma ao lado do chapéu de formando (beca);

Uma maleta profissional onde uma mão coloca papéis dentro dela.

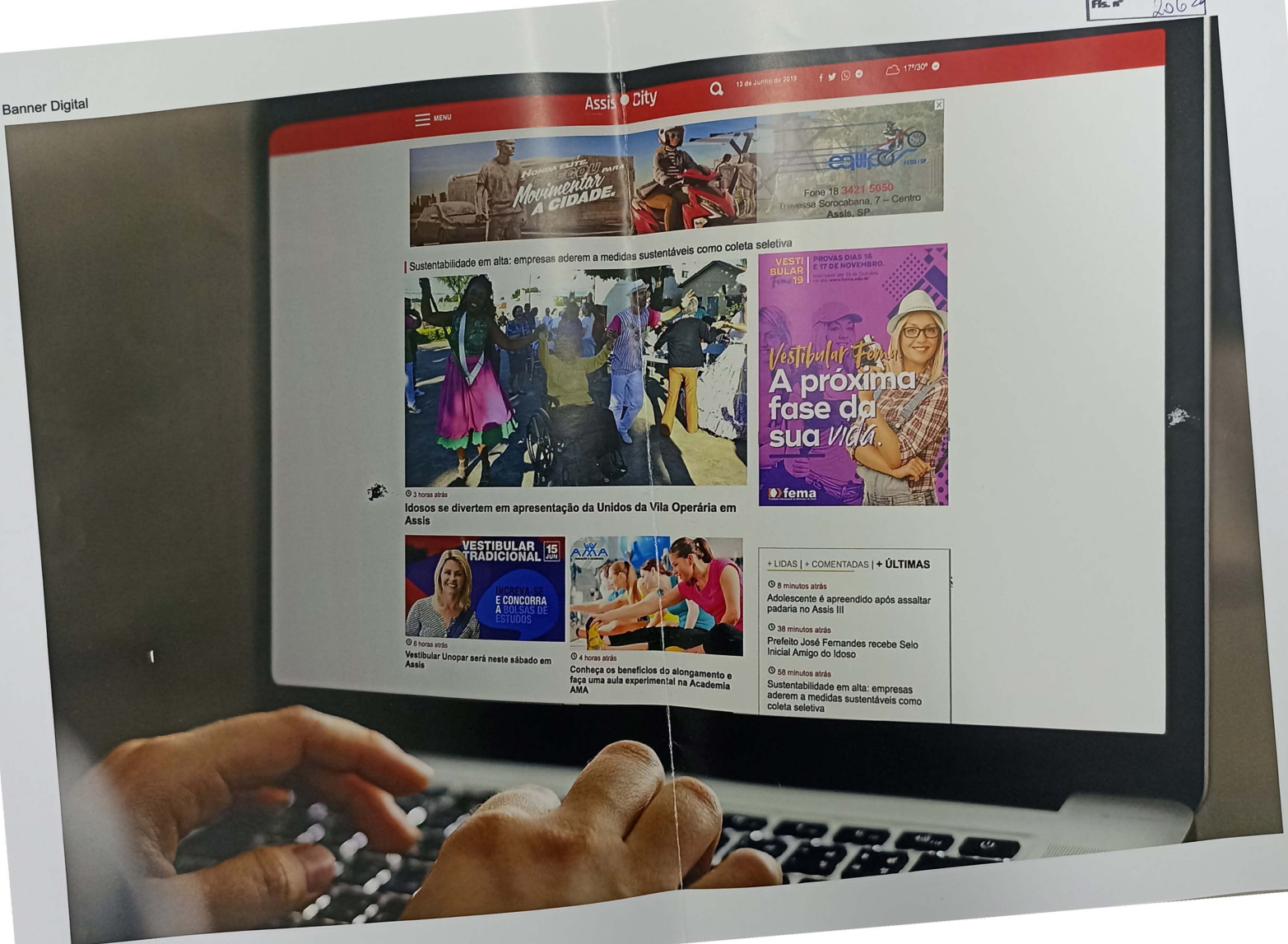
Uma mão a tira de cena, a deixando vazia para os textos de GC e assinatura final.

Um GC de legenda passa no rodapé com os nomes dos cursos oferecidos.

A locução acompanha o filme:

"Nossa vida é feita de fases, e junto delas, sempre vem um aprendizado que vale pra a vida toda. Por isso, venha viver uma das fases mais importantes de toda sua trajetória na Fema. Aqui, uma estrutura completa e docentes capacitados esperam você. Provas dia 16 de 17 de novembro. Inscrições até 13 de outubro no site fema.edu.br. Vestibular Fema. A próxima fase da sua vida."

Banner Digital



Spot de Rádio

Trilha neutra, emocional, acompanhando
locução em off:
"O colo, a creche, o jardim, a escola,
a faculdade, o trabalho...nossa vida é
feita de fases, e junto delas, sempre vem
um importante aprendizado. Por isso,
venha viver uma das fases mais importantes
de toda sua trajetória na Fema. Aqui, uma
estrutura completa e docentes capacitados
esperam você. Provas dia 16 de 17
de novembro. Inscrições até 13 de outubro
no site fema.edu.br. Vestibular Fema.
A próxima fase da sua vida."

fema
Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

ATA DE SESSÃO DE JULGAMENTO DO INVÓLUCRO N.º 1

Ref.: Processo Licitatório n.º 026/2019

Concorrência n.º 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A subcomissão Técnica reuniu-se em vinte e cinco de junho de dois mil e dezenove, com a presença dos membros abaixo identificados, a fim de proceder ao julgamento do invólucro n.º 1, das propostas apresentadas ao Processo referenciado, de acordo com o item 9 do edital, conforme planilhas de pontuação em anexo.

A seguir, justificam-se as notas atribuídas à Agência com Slogan: "A próxima fase da sua vida", devido ao fato de existir uma diferença maior que 20% nos subquesitos, conforme critério constante no item 9.3.1 do edital do Processo Licitatório n.º 026/2019 e Concorrência n.º 002/2019:

Membro da Subcomissão Técnica: Gisele Maria Silveira

Subquesito: Raciocínio Básico: nota 7,0.

A nota acima se justifica pelo fato de que foi apresentado aspectos genéricos da fundação, sem especificar de forma clara os conceitos da campanha.

Subquesito: Estratégia de Comunicação Publicitária: nota 12

A nota acima se justifica pelo fato de que, apesar do perfil dos jovens estar elencado corretamente, a solução explora aspectos que seria melhor direcionada

ao público secundário da marca.

Subquesito: Ideia criativa: nota 7,0.

A nota acima se justifica pelo fato de que o conceito utilizado não traz elementos de impacto ou diferenciados, sem a originalidade necessária a uma campanha publicitária da fundação.

Membro da Subcomissão Técnica: Paulo Henrique de Barros Miguel

Subquesito: Raciocínio Básico: nota 5,0.

A nota acima se justifica pelo fato de que se generalizou na fundamentação, se apegando à questões de estrutura e corpo docente.

Subquesito: Estratégia de Comunicação Publicitária: nota 10

A nota acima se justifica pelo fato de que a estratégia me remete a uma campanha já apresentada por outras instituições.

Subquesito: Ideia criativa: nota 5,0.

A nota acima se justifica pelo fato de que a ideia criativa não ousa, é repetitiva.

Membro da Subcomissão Técnica: Nelson José de Souza Bastos Junior

Subquesito: Raciocínio Básico: nota 7,0.

A nota acima se justifica pelo fato de que se o raciocínio básico mostra-se genérico e se restringe aos aspectos estruturais da fundação.

Membro da Subcomissão Técnica: Phillipe Theodor dos Santos

Subquesito: Ideia Criativa: nota 6,0.

A nota acima se justifica pelo fato de que a ideia criativa não está adequada ao ambiente cultural do público-alvo.

1 – SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

ANA LUISA ANTUNES DIAS
MEMBRO

GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO
MEMBRO

LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES
MEMBRO

NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR

MEMBRO

PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL

MEMBRO

PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS

MEMBRO

C L. FEMA
Fls. nº 212

SUBCOMISSÃO TÉCNICA		
JULGAMENTO INVÓLUCRO N.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária		
PROCESSO LICITATÓRIO N.º 026/2019		
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019 - Agência "Acerte na Escolha"		
JULGADOR (A): ANA LUISA ANTUNES DIAS		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	9	O raciocínio básico apresentado vai ao encontro do objetivo proposto pela instituição, considerando o enfoque da comunicação no momento de tomada de decisão do público-alvo
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	19	A estratégia de comunicação publicitária adotada atende ao desafio de comunicação. Apresenta objetividade, inovação e interatividade.
Ideia Criativa	9	A ideia criativa contempla uma linguagem compatível com o universo cultural do público-alvo que demanda originalidade, simplicidade de interpretação e interatividade. Faz uso de técnica de redação publicitária (storytelling)
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	A estratégia de mídia e não-mídia demonstra conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo, apresenta dados de fontes confiáveis e possui consistência do plano de distribuição do material publicitário.
TOTAL	62	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	10	Atende o briefing de comunicação porque traz argumentos e características de uma campanha de Vestibular, de forma inovadora, atenta ao perfil e ao comportamento do público-alvo.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	20	Se adequa à proposta e tem desdobramentos positivos para o desafio de comunicação, em que o público tem a possibilidade de decidir o final, sendo a interatividade ponto importante de uma campanha voltada para o público jovem.
c) Ideia Criativa	10	A ideia criativa contempla aspectos peculiares do universo jovem, com interação e sensibilização, numa abordagem colaborativa, bem vista atualmente pelas pessoas, de maneira geral.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	23	Apresenta conhecimentos dos hábitos de consumo de mídia do público alvo e utiliza de modo inteligente os recursos de comunicação. Adota estratégias não-mídia com ações diferenciadas, distribuição de brindes seguindo o mote da campanha.
TOTAL	63	
ASSINATURA:		

C L. FEMA
Fls. nº 213

JULGADOR (A): PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	9	A Instituição de Ensino é contemplada com os conceitos apresentados pela agência. Mostra-se conhecimento das necessidades da Instituição
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	18	As estratégias apresentadas se adequam às expectativas de comunicação e atingem os objetivos da Instituição.
c) Ideia Criativa	9	A ideia se adequa ao público-alvo e tem objetivos de comunicação conceituais e inovadores. A linguagem apresentada é compatível a quem vai atingir e os materiais de divulgação são bem aceitos.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	A estratégia de Mídia e não Mídia apresentada contempla todas os veículos e mídias, atingindo, assim, todos os públicos.
TOTAL	61	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	9	Atende com perspicácia o desafio de comunicação e suas necessidades.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	18	Consistência lógica, pertinência da argumentação para solução do desafio de comunicação e boa capacidade de articulação dos conhecimentos sobre a comunicação e riqueza dos desdobramentos do conceito proposto
c) Ideia Criativa	10	Ideia criativa com maior adequação a linguagem do público alvo
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	24	Bons conhecimentos de comunicação do público alvo. Boa aplicação da mensagem aos meios de comunicação indicados. Coerência na otimização da verba ao mix de mídia. Consistência na justificativa dos meios de comunicação com indicação de fatos confiáveis.
TOTAL	61	
ASSINATURA:		

C L. FEMA
Fls. nº 2143

JULGADOR (A): NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	10	O raciocínio básico está adequado e gera propostas de comunicação tendo em vista o público alvo.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	18	Verifica-se que a estratégia de comunicação condiz com o perfil do público alvo, além de propiciar a interatividade com os jovens.
c) Ideia Criativa	9	A ideia criativa proposta condiz com o universo do público-alvo.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	24	A estratégia, de mídia e não mídia, considera as necessidades e possibilidades da instituição.
TOTAL	61	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	8	O raciocínio básico atende a proposta porque traz elementos que refletem as expectativas e as necessidades de divulgação institucional da fundação.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	19	A estratégia de comunicação publicitária está de acordo com os interesses da instituição ao se utilizar dos mais variados meios de comunicação para atingir o público-alvo.
c) Ideia Criativa	9	A ideia criativa reflete o ambiente cultural ao qual o público-alvo está inserido através de uma linguagem próxima à realidade desse público.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	24	A estratégia de mídia e não mídia está alinhada às necessidades da instituição.
TOTAL	60	
ASSINATURA:		

SUBCOMISSÃO TÉCNICA		
JULGAMENTO INVÓLUCRO N.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária		
PROCESSO LICITATÓRIO N.º 026/2019		
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019 - Agência "A próxima fase da sua vida."		
JULGADOR (A): ANA LUISA ANTUNES DIAS		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	7	O raciocínio básico apresentado vai ao encontro do objetivo proposto pela instituição, entretanto não direciona a comunicação ao público-alvo principal ao ter como argumentação básica características e informações institucionais. Desconsidera os hábitos e perfil dos jovens.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	15	A estratégia de comunicação publicitária adotada com base na divulgação do conteúdo institucional e entrevistas com egressos não apresenta inovação e atende mais ao público-alvo secundário do que ao primário
c) Ideia Criativa	7	A ideia criativa não é original e é desatualizada.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	23	A estratégia de mídia e não-mídia demonstra consistência do plano de distribuição do material publicitário, entretanto, ao apresentar dados sobre hábitos de consumo de comunicação do público-alvo, não cita fontes.
TOTAL	52	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	7	O Raciocínio básico contempla aspectos genéricos da fundação, sua estrutura física e de pessoal, no entanto, não especifica de forma clara os conceitos da campanha.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	12	Na estratégia de comunicação, o perfil dos jovens é elencado corretamente, mas a solução da campanha explora aspectos da instituição que seria melhor direcionada aos pais do que aos alunos (público secundário da marca), como história, estrutura, etc. Compreendo, portanto, que a estratégia de comunicação não está adequada ao público primário a que se destina.
c) Ideia Criativa	7	A ideia criativa foi pautada em um conceito genérico, comum em campanhas de Vestibular. Não traz elementos de impacto ou diferenciados, por isso acredito que não apresenta originalidade necessária a uma campanha publicitária da fundação.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	22	Apresenta estratégia de mídia bem elaborada sem, no entanto, adotar ações diferenciadas de não-mídia.
TOTAL	48	

ASSINATURA:	

JULGADOR (A): PAULO DE BARROS MIGUEL

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) Raciocínio Básico	5	Generalizou a fundamentação, se apegando à questões de estrutura e corpo docente da instituição.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	10	A estratégia de comunicação apresentada parece eficiente, embora me remeta a uma campanha já apresentada por outras instituições.
c) Ideia Criativa	5	A ideia criativa não ousa, me parece uma campanha repetitiva.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	Boa aplicação da verba.
TOTAL	45	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) Raciocínio Básico	7	Atende modestamente o desafio de comunicação e suas necessidades.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	15	Bom desdobramento do conceito criativo, sem grandes novidades para impactar o público alvo.
c) Ideia Criativa	8	Originalidade mediana da ideia criativa.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	19	Boa aplicação da mensagem aos meios de comunicação indicados. Coerência na otimização da verba. Falta de indicação de fontes de dados na justificativa dos meios de comunicação. Incoerência na apresentação de dados técnicos, como soma de GRP de áreas geográficas distintas
TOTAL	49	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	7	O raciocínio básico mostra-se genérico e se restringe aos aspectos estruturais da fundação.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	17	Demonstra pouca capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da FEMA.
c) Ideia Criativa	7	A ideia criativa não apresenta originalidade e incompatibilidade com a linguagem do público-alvo primário.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	18	A estratégia de mídia e não mídia está modestamente elaborada.
TOTAL	49	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
a) Raciocínio Básico	7	O raciocínio básico não possui acuidade com as necessidades de comunicação de uma instituição de ensino superior.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	16	A estratégia de comunicação publicitária mostra poucos desdobramentos do conceito proposto.
c) Ideia Criativa	6	A ideia criativa não está adequada ao ambiente cultural ao qual o público-alvo está inserido.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	23	A estratégia de mídia e não mídia está alinhada às necessidades da instituição.
TOTAL	52	
ASSINATURA:		

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Assis, 25 de junho de 2019.

À
Subcomissão Técnica
Ref.: Contratação de Serviços de Publicidades
Prezados Senhores:

Encaminhamos para análise o invólucro 3 (três) da Concorrência Pública n.º 026/2019 para que possamos dar continuidade no processo licitatório n.º 002/2019 para a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Sem mais no momento, com a maior consideração, subscrevo-me, cordialmente.

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão de Licitações

Av. Getúlio Vargas, 1200 – Vila Nova Santana – Assis – SP – 19807-130
Fone/Fax (18) 3302-1055 - www.fema.edu.br

PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO N. 03
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS
DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019
EMPRESA: AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA
CNPJ: 09.269.109/0001-01

FEMA
Fls. nº

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Z5, INSPIRANDO SUA MARCA.
A Z5 Comunicação está no mercado há doze anos, trazendo inspiração, soluções e resultados a seus clientes.

Não dá pra se envolver com o trabalho, com marcas e empresas, sem ter paixão pelo o que faz. A paixão, por sua vez, nos leva a um nível de envolvimento tão profundo, que é impossível não se inspirar. E é aí que a Z5 Comunicação mostra que é diferente: TRABALHAMOS INSPIRADOS.

Na Z5 a inspiração faz com que todo o trabalho seja encarado de forma única, o que, naturalmente, resulta em grandes soluções criativas. E grandes soluções geram grandes resultados.

Com profissionais experientes a Agência Z5 Comunicação oferece uma solução de comunicação de marketing que atenda às expectativas do mercado e de seus clientes.

Oferecemos aos nossos clientes: Paixão, Envolvimento, inspiração, solução e resultado. O resultado é a construção de marcas fortes.

I - PRINCIPAIS CLIENTES Z5 COMUNICAÇÃO

CJ Selecta (Insumos para Ração Animal), atendimento desde 2017.
Motel A2, atendimento desde 2019.
Exxagero Lanches Unidade 1 e 2 (Lanchonete), atendimento desde 2016.
Sollus (Implementos Agrícolas), atendimento desde 2013.
Brahma Express (Distribuidora Brahma), atendimento desde 2018.

II - QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS

A Z5 Comunicação possui um quadro de pessoal qualificado.
É formada por quatro profissionais, que estarão diretamente ligados à prestação de serviços junto à Instituição FEMA, distribuídos nas seguintes áreas:

André Gustavo Kantack Paccini – Planejamento
Publicitário, graduado em Publicidade e Propaganda pela FEMA com curso de criação módulo avançado pela ESPM. Pós-graduado em MBA em Marketing e Inteligência Competitiva pelo Centro Universitário Eurípides de Marília. Atua há 21 anos na área de comunicação, com experiência em planejamento estratégico de marcas. Responde pela

direção geral da agência e planejamento estratégico junto aos clientes.

André Lameu – Produção Impressa, eletrônica e Design/Computação Gráfica
Publicitário graduado pela FEMA e pós-graduado em Direção de Arte e Multimídia pela UNOPAR Londrina. Há 11 anos atuando no ramo publicitário. Responde pelo design gráfico, produção impressa e eletrônica.

Josiane Alves Lima Hernandes – Atendimento
Formada em Licenciatura e Bacharelado em Pedagogia e Educação Física no IEDA e pós-graduada em Gerenciamento e RH pela FEMA. Responde pelo atendimento aos clientes.

Thamires Bezerra de Souza Dala Pola – Mídia e Financeiro
Publicitária graduada pela FEMA e pós-graduada em Mídias Digitais Interativas pela UNOESTE Presidente Prudente. Atua há 9 anos no ramo publicitário. Responde pela área de mídia.

III - INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS

A Z5 Comunicação está situada à Rua Visconde do Rio Branco, número 1.000, Vila Orestes, na cidade de Assis. Conta com uma estrutura de trabalho adequada à prestação de serviços no seu ramo de atividade. Suas instalações constam de um amplo espaço físico de 180 metros quadrados, com equipamentos de última geração para desenvolver qualquer trabalho na área de comunicação, conforme detalhado a seguir:

DESCRIÇÃO SALA RECEPÇÃO

2 – Bancos de Madeira Rústica
1 – Mesa de Centro Madeira Rústica

DESCRIÇÃO SALA REUNIÃO

1 - Smart TV Led 42" Philips c/ controle
1 - Painel de Madeira para TV
1 - Ar condicionado Midea / controle
1 - Mesa Retangular Grande p/ reuniões
8 - Cadeiras pretas plástica reforçada
1 - Aparador em madeira
1 - Cafeteira Café Espresso Mondial Premium
1 - Um vidro retangular fixo para anotações e brainstorm

DESCRIÇÃO SALA ATENDIMENTO/CRIAÇÃO

2 – iMac PRO 2.7,GHZ Intel Core i5,memória 8gb 1600 Mhz DDR3, Tela 21,5"
1 – iMac PRO 3.6, GHZ Intel Core i3, memória 4gb1333 Mhz DDR3, Tela 21,5"
1 - Notebook DELL Windows 8, Intel Core i5,
1 – Macbook Air, processador 1,6 GHz Intel Core i5, memória 8 GB 1600 MHz DDR3
1 - Computador LG Servidor
1 - Computador Samsung
1 - HD Externo Samsung de 1 TB
1 - HD Externo Hitachi de 1 TB
1 - Aparelho de telefone sem fio Motorola
1 - Aparelho de telefone com fio Intelbras
1 - Aparelho de telefone sem fio Claro Fixo
1 - Aparelho celular Samsung
4 - Cadeiras plásticas reforçado na cor laranja
1 - Ar condicionado / controle
1 - Armário Branco duas portas com prateleiras
2 - Nichos brancos de madeira

5 - Mesas brancas pequenas
1 - Impressora HP 4355 Officejet

DESCRIÇÃO COZINHA / RECREAÇÃO

1 - Geladeira Branca Consul
1 - Micro-ondas Home Leader
1 - Bebedouro com filtro Purific Electrolux
1 - Cafeteira Elétrica Fama
4 - Cadeiras pretas plásticas reforçadas
1 - Mesa retangular branca
1 - Mesa Preta para apoio cafeteira
2 – Armários embutidos Grande

IV - SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

O atendimento da agência é organizado por meio de reuniões semanais para alinhamento das atividades e cronograma definido no planejamento estratégico com o cliente. Os prazos praticados para criação e desenvolvimento de peças avulsas acontecem de acordo com a necessidade do cliente, sempre seguindo uma lista de prazos. No caso de campanhas e planos de mídia, considera-se 5 dias úteis a partir da solicitação do cliente. Estas referências não contemplam prazos de terceiros, quando houver, impressão em gráfica, produção e edição de vídeos, por exemplo.

V - INFORMAÇÕES DE MARKETING, PESQUISAS DE AUDIÊNCIA E MÍDIA

A Z5 dispõe de um acervo bibliográfico de referência e consulta, assinatura dos mais relevantes, tais como:
- SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo
- CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão
- Meio & Mensagem

Assis, 17 de junho de 2019.

Agência de Comunicação Z5 Ltda
CNPJ: 09.269.109/0001-01

André Gustavo Kanthack Paccini
Diretor Executivo Z5 Comunicação

REPERTÓRIO

PROJETO 1: Definição de Comunicação Institucional
CLIENTE: Agroterenas
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2011 (Jornal interno e Site)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 1)

PROJETO 2: Campanha Valle Branco
CLIENTE: Alimentos Valle Branco
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2012 (PDVs interior de São Paulo e TV TEM Bauru)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 2)

PROJETO 3: Campanha #SomosTodosCrianças
CLIENTE: Unimed Assis
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2015 (jornais e blitz de rua em Assis)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 3)

PROJETO 4: Campanha Vicente o Vidente
CLIENTE: Suprema
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2011 (Jornais, TV TEM Bauru)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 4)

PROJETO 5: Gestão de Redes Sociais
CLIENTE: Bebidas Conquista
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2014 (Facebook, Instagram e twitter)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 5)

PROJETO 6: Reposicionamento Entringer
CLIENTE: Entringer
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2014 (Jornais e Apresentações em Feiras de Agrobusiness)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 6)

PROJETO 7: Campanha Lançamento
CLIENTE: Spert Dog
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2013 (PDVs interior de São Paulo e TV Tem Bauru)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 7)

PROJETO 8: Campanha Tok Stok
CLIENTE: Pipeline Piscinas
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2016 (PDVs interior de São Paulo, Paraná e Santa Catarina e Facebook)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 8)

PROJETO 9: Campanha Promessas
CLIENTE: Yogap
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2014 (Outdoor na cidade e panfleto)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 9)

PROJETO 10: Embalagens ClassHome
CLIENTE: ClassHome
PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO: 2015 (PDVs Brasil)
(VER CD "REPERTÓRIO": PASTA PROJETO 10)

André Gustavo Kanthack Paccini
Diretor Executivo Z5 Comunicação

Z5 COMUNICAÇÃO

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - CASE 1

CLIENTE: POSTO GD
CAMPANHA: PROMOÇÃO 30 TANQUES, 30 ANOS POSTO GD

DESAFIO
Criar um conceito forte para o ano de comemorações dos 30 anos do Posto GD, sendo que em setembo, mês de aniversário da empresa, a campanha deveria atingir o ápice com uma promoção para alavancar as vendas, ganhar novos clientes e aproximá-los da marca Posto GD.

SOLUÇÃO
Foi criado um conceito que imprimiu uma verdade no discurso. Análises comportamentais de clientes e de grande parte da população de Assis e região revelaram que o Posto GD é referência para os encontros de todas as tribos. Seja por comodidade, conveniência, atendimento ou posição geográfica, a verdade encontrada é que as pessoas se encontram no Posto GD. A partir desta constatação, foi criado o conceito: "A GENTE SE ENCONTRA NO GD".
Alinhado a este conceito, em setembro, mês de aniversário da empresa, foi desenvolvida e veiculada a campanha promocional "30 tanques, 30 anos Posto GD", que sorteou 30 tanques de combustível por dia durante o mês.

RESULTADOS (VER ANEXO 1)
Aumento do volume de pessoas indo até o Posto GD e, como conseqüência, crescimento de 20% nas vendas da conveniência, combustíveis e serviços no período da promoção.

FICHA TÉCNICA DE PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO
Projeto produzido em setembro de 2017 e veiculado em Assis e região em mídias convencionais e Redes Sociais.

Beatriz Salatini
Proprietária Posto GD

André Gustavo Kanthack Paccini
Diretor Executivo Z5

R. VISCONDE DO RIO BRANCO, 1000 - ASSIS-SP | 18 3323 6401
z5@agenciaz5.com.br | www.agenciaz5.com.br | facebook.com/agenciaz5

Z5 COMUNICAÇÃO

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - CASE 2

CLIENTE: FITOWAY/FTW
CAMPANHA: LANÇAMENTO TAURUS

DESAFIO
Lançar um novo produto em um mercado extremamente concorrido, onde as gôndolas são disputadas a todo custo. O produto precisava explicar suas funcões e benefícios aos praticantes de atividade física intensa.

SOLUÇÃO
Foi criada a campanha "Taurus Energy. O limite chega, você avança." com a promessa de que quem toma Taurus, tem mais energia e vai mais longe nas suas atividades físicas.
A campanha necessitava atingir dois públicos distintos: lojistas e consumidor final. Foi lançada na Feira BTFF, importante evento do setor, que contempla os públicos citados, onde a empresa expôs a nova marca no seu Estande. Com peças publicitárias criativas criativas e impactantes, a campanha foi liderada pela Caixa Brinde, que presenteou os profissionais que decidem pela compra, com o produto Taurus, uma coqueteleira e um super desconto na primeira compra, se efetuada no momento da visita ao estande na BTFF. A Caixa Brinde foi enviada pelos Correios e recebida pelos profissionais duas semanas antes do início da Feira.

RESULTADOS (VER ANEXO 2)
Execelente aceitação por parte dos distribuidores e grande venda no primeiro pedido.
O cliente informou que um único distribuidor comprou 10 mil caixas de Taurus.
O produto conseguiu entrar em grandes redes de farmácia do Brasil.

FICHA TÉCNICA DE PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO
Projeto produzido em outubro de 2017 e veiculado em todo o Brasil em mídias convencionais e Redes Sociais.

Daniel Mencacci
Proprietário Fitoway

André Gustavo Kanthack Paccini
Diretor Executivo Z5

Fls nº 2283

Fls. nº 2287

Quest
comunicação total

C. L. FEMA
Fls nº 229

PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO N. 03

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOL

FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

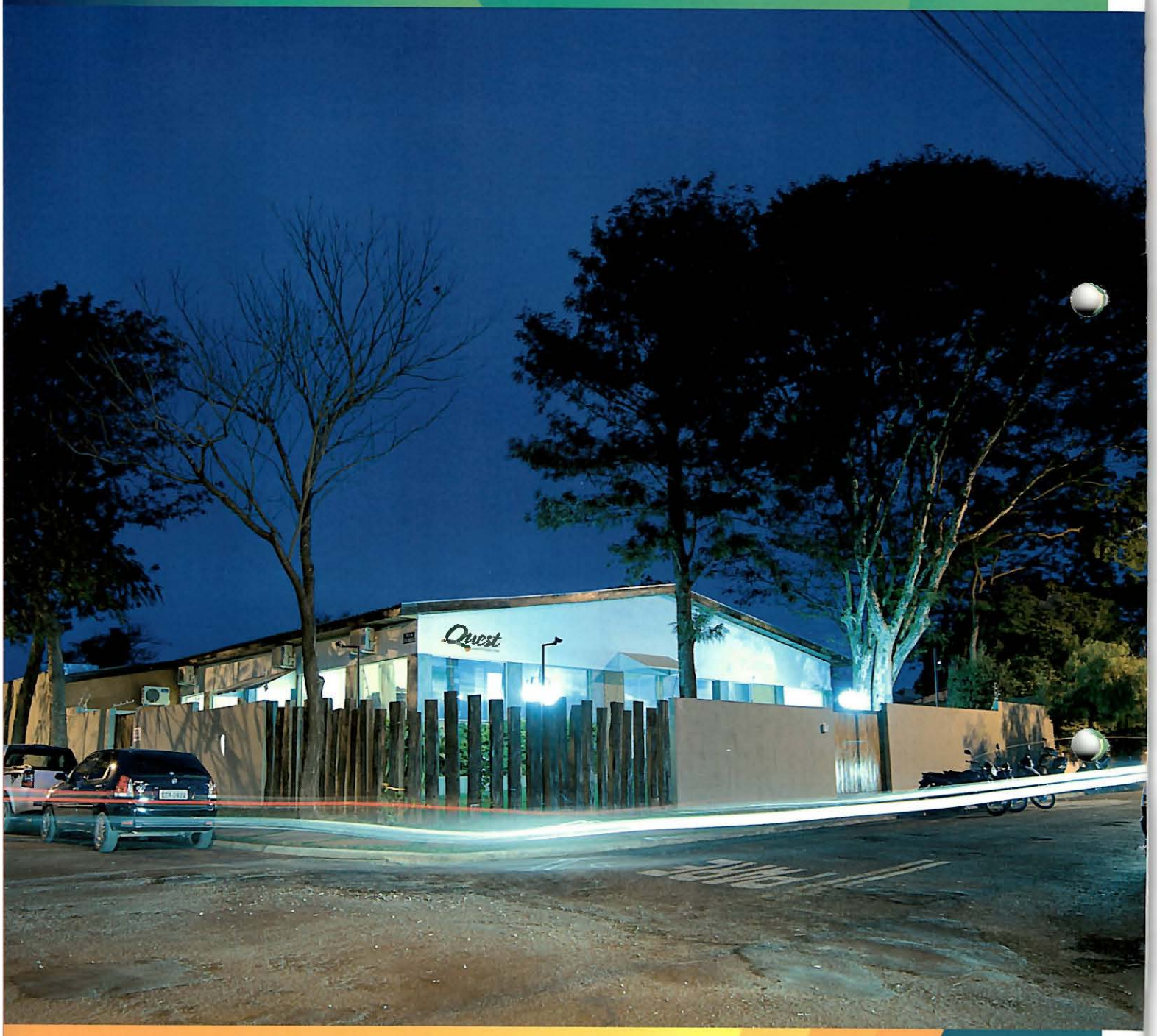
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019

EMPRESA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP

CNPJ: 02.436.740/0001-09

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Quest
comunicação total



THINK BIG

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL

A Quest é uma agência de Comunicação Total fundada em 1998 que trabalha no modelo full service.

Está pronta para atender empresas que tenham necessidade de uma linha de pensamento única e coerente, realizando trabalhos para muitos players do mercado nacional como: **Marilan Alimentos, Adidas, Casa Di Conti, Perdigão, Regina Festas, Grupo ZDA**, entre outros. Se você precisa de branding, embalagem, arquitetura de marca, estratégia de ponto de venda, publicidade de alto impacto ou um plano geral de comunicação, bem-vindo ao Think Big, bem-vindo ao modo de pensar e agir da Quest.

Aqui Pensar Grande é uma filosofia de vida, é fazer a diferença na vida de nossos clientes cada dia mais e melhor, é ter um clima livre, leve e instigante para que todos os departamentos sejam células de criatividade, é trabalhar sem fronteiras e sem limites, é mais do que sonhar, é realizar.

Certificações:

CENP Conselho Executivo das Normas-Padrão · Sinapro · RD Station · rockcontent · Google Partner

THINK BIG

ESTAMOS NO INTERIOR, **SIM!**

Nossa agência é localizada em Assis, interior de São Paulo, onde o ritmo da vida é tranquilo, afastado do estresse dos grandes centros. Além disso, estamos em um bairro com grande área verde, contando com uma boa estrutura ao ar livre onde é possível relaxar e fazer atividades recreativas. Esta realidade se reflete em nossos projetos, pois nos possibilita trabalhar com equilíbrio e ter a qualidade de vida que necessitamos para nos manter sempre dispostos e muito mais produtivos.

Com mais de 1200m² nossa sede conta com 650m² de área construída e mais de 500m² de área verde, para fazer reuniões, atividades esportivas ou apenas se inspirar olhando nosso lago de carpas.

THINK BIG

Adobe shutterstock clips

TECNOLOGIA NO INTERIOR, **SIM!**

Todos os nossos equipamentos e softwares são atualizados constantemente, acompanhando a evolução tecnológica, e devidamente licenciados (softwares originais). Contamos com as melhores ferramentas de criação do mercado, bem como o apoio de um grande banco de imagens e um sistema de gestão que além de gerenciar todo o fluxo da agência ainda faz todo o B.I. da empresa, recursos estes que dinamizam e dão um vasto leque de possibilidades para nossas criações e planejamentos. No total, a agência possui mais de 30 computadores, além de um estúdio completo de produção de filmes e fotografia para conteúdo on-line.

- 11 Notebook Dell
- 3 Desktop Dell
- 2 All-in-One Dell
- 5 Notebook Lenovo
- 3 Dell Poweredge - Servidores
- 3 iMac 27"
- 6 iMac 21,5"
- 1 Mac Pro
- 1 Macbook Pro
- 1 Desktop Acer
- 1 Câmera Canon 6D + Lentes
- 1 Câmera Canon Rebel T5
- 3 Kits Iluminação / Fotografia e Vídeo

A estrutura e equipamentos estarão disponíveis integralmente ao cliente durante o período do contrato.

Quest
comunicação total

PRINCIPAIS CLIENTES

Casa Di Conti

JAVEP

MATSUDA®

SUPERMERCADOS AVENIDA® PENSANDO EM VOCÊ

CABONNET

GRUPO ZDA

SANTA MASSA®

REGIONAL® TELHAS

Casa Di Conti – 16 anos – 2003, empresa de grande porte, 70 anos de operação no segmento de bebidas quentes, refrigerantes e cervejas.

Grupo Javep Chevrolet – 12 anos – 2007, empresa de pequeno porte, 49 anos de operação no segmento de concessionárias no interior do Estado de SP.

Grupo Matsuda – 17 anos – 2002, empresa de grande porte, 70 anos de operação no segmento de nutrição animal.

Rede de Supermercados Avenida – 19 anos – 2000, empresa de grande porte, 72 anos de operação no segmento de varejo de alimentos.

Cabonnet Provedor de Internet – 4 anos – 2015, empresa de pequeno porte, 24 anos de operação no segmento de internet e TV a Cabo.

Grupo ZDA Alimentos – 10 anos – 2009, empresa de grande porte, 43 anos de operação no segmento de alimentos, candies, snacks e lácteos.

Indústria Santa Massa – 5 anos – 2014, empresa de médio porte, 8 anos de operação no segmento de Indústria de alimentos.

Regional Telhas – 3 anos – 2016, empresa de médio porte, 32 anos de operação no segmento de Indústria de telhas metálicas.

PESSOAS COMUNICAÇÃO TOTAL

O potencial em comum de todos os nossos profissionais vai além da boa formação acadêmica e das grandes experiências de mercado: eles são apaixonados pelo que fazem. Em todos os setores da agência, existe uma equipe bastante unida e disposta a entregar o melhor trabalho, sempre se aperfeiçoando e ajudando o próximo. Todo esse clima especial gera uma alta performance produtiva.

Com mais de 35 profissionais formados em diversas áreas da comunicação, formamos uma equipe capaz de realizar grandes projetos.

DIREÇÃO GERAL

André Maciel – Diretor-Geral
Artes Plásticas - Escola Panamericana de Arte - São Paulo
Administração de Empresas - UNIP
Fotografia Publicitária – Senac
Consultoria em Gestão de Negócios – Wilson Giglio
Programa Desenvolvimento de Liderança e Coach – Suppra Consultoria
Experiência de 25 anos na área de comunicação
21 anos – Diretor-Geral - Quest Comunicação Total
06 anos - Diretor de Cinema e Imagem Red Studios
05 anos – Diretor Comercial – Space Identidade Corporativa

ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO

Kátia Gebran – Diretora de Atendimento/Planejamento
Graduação em Publicidade e Propaganda – UNIMEP
MBA em Gestão de Marketing – FGV
Experiência de 20 anos na área de comunicação
Atendimento a clientes: Marilan, Casa Di Conti, Adidas, Havaianas e Grupo ZDA.
Passagem na área de marketing pelas empresas Ajinomoto e Braskem

Thalita Coelho – Atendimento/Planejamento
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Pós-graduação em Mídias Digitais Interativas - UNOESTE
Experiência de 6 anos na área de comunicação
06 meses - Atendimento e Planejamento - Quest Comunicação Total
3 anos - Atendimento e Mídia Social - Z5 Comunicação
3 anos - Estágio - Agência Geração Propaganda - FEMA
6 meses - Assistente Administrativo - Alfa Transporte Eireli

MÍDIA

Paulo Silva – Planejamento Mídia
Graduação em Propaganda e Marketing - UNIP
MBA em Marketing Estratégico - USP
Especialização em Gestão do Design - UEL
Experiência de 12 anos na área de comunicação
2 anos - Atendimento e Mídia - Quest Comunicação Total
6 anos - Diretor de Atendimento - Z5 Comunicação
4 anos - Atendimento e Produção Gráfica - MCP Comunicação
6 anos – Docente no Ensino Superior – FEMA/IMESA

PLANEJAMENTO E GESTÃO DIGITAL

Heloísa Bueno – Planejamento Digital
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Pós-graduação em Administração de Propaganda e Marketing - UEL
Certificação em Inbound Marketing - RD Station
Curso Marketing de Conteúdo – Rock Content
Experiência de 5 anos na área de comunicação
2 anos e 8 meses - Atendimento e Planejamento - Quest Comunicação Total
1 ano - Analista de Marketing - Multi-Ar/Leveros
1 ano - Analista de Marketing - UNOPAR

Danilo Pereira - Analista de Mídia Digital e Performance
Graduação em Processamento de Dados - FEMA/IMESA
Pós-graduação em Sistemas para Web - UNIVEM
Curso Marketing Digital e SEO, Google Adwords
Experiência de 10 anos na área de Marketing Digital,
Gestão de E-commerce, Mídias Sociais, Arquitetura da Informação
e Usabilidade e Web Design

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO

Adriano Dorini - Diretor de Criação - RTV e Cinema
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Programa Desenvolvimento de Liderança e Coach – Suppra Consultoria
Experiência de 20 anos na área de comunicação
14 anos - Diretor de Criação - Quest Comunicação Total
2 anos e 3 meses - Diretor de Arte - Lowe Lintas TTL
1 ano - Diretor de Arte - Publicis Dialog
1 ano e 4 meses - Diretor de Arte Júnior - MCP Comunicação
2 anos - Assistente de Arte - Jornal Tribuna Regional

Bruno Pinas - Diretor de Criação - Produção Gráfica
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Curso de Direção de Arte - ESPM
Experiência de 19 anos na área de comunicação
13 anos - Diretor de Arte - Quest Comunicação Total
1 ano - Diretor de Arte - Quest Comunicação Total unidade São Paulo
2 anos - Diretor de Arte - Boyband Comunicação
3 anos - Assistente de Arte - Werbus Comunicação Integrada

Leonardo Mari - Diretor de Arte Sênior
Graduação em Design Gráfico - UNOPAR
Experiência de 20 anos na área de comunicação
Diagramador/Ilustrador/Arte-Finalista: Scriba Produções Didáticas, Editora FTD, Editora SARAIVA, Editora SCIPIONE, Editora SM, Editora LEYA
Diretor de Arte: ALC Propaganda, Tribuna do Vale, Tribuna de Cianorte, Cedilha Comunicação Digital

Helder Medeiros – Redator
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Técnico em Química - Centro Paula Souza / ETEC Pedro D'Arcádia Neto
Curso Administrativo - 60 horas - CIEE
Experiência de 5 anos na área de comunicação
1 ano e 8 meses – Redator/ Revisor - Quest Comunicação Total
2 anos e 2 meses - Assistente de Criação - Z5 Comunicação
1 ano e 2 meses - Redator / Revisor American Desire
2 anos - Auxiliar Administrativo Fiscal - Cervejaria Malta

Nathália Tófoli – Diretora de Arte On-line
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Pós-graduação em Gestão de Marketing - SENAC
Experiência de 8 anos na área de comunicação
2 anos - Diretora de Arte - Quest Comunicação Total
2 anos - Arte-Finalista - Multi-Ar
1 anos 8 meses - Assistente de Arte – Lappis Comunicação/Suppra
2 anos - Estágio Criação - Lappis Comunicação/Suppra

Diego Oliveira – Arte-Final
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Curso Design Gráfico - Microway
Experiência de 3 anos na área de comunicação
1 ano - Arte-Finalista - Quest Comunicação Total
7 meses - Diretor de Arte - Pipeline Piscinas
6 meses - Diretor de Arte - Nacional Óticas
2 anos - Designer - ALC Propaganda

Valéria Jorge – Revisora
Graduação em Teologia - Faculdade Teológica Batista de São Paulo
Graduação em Biblioteconomia - Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo
Mestrado em Literatura Comparada - UNESP de Assis
Cambridge English: First (FCE) - Londres
Cours de Langue et de Civilisation Françaises de la Sorbonne - Paris
Experiência de 5 anos na área de comunicação
5 anos - Revisora - Quest Comunicação Total

CRIAÇÃO DE CONTEÚDO DIGITAL

Lilian Grangeia – Coordenadora de Mídias Sociais
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Experiência de 8 anos na área de comunicação
4 anos e 9 meses - Analista de Mídias Sociais - Quest Comunicação Total
3 anos - Assistente de Marketing – Agência Contato Visual
3 meses - Auxiliar de Marketing - Jamaica Imóveis
5 meses - Assistente de Mídias Sociais - Sépha Perfumaria

Fernanda Pereira – Redatora e Conteúdo Mídias Sociais
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Curso Marketing de Conteúdo – Rock Content
Curso Produção de Conteúdo Para Web – Rock Content
Curso Facebook Ads & Instagram Ads - Udemy
Experiência de 3 anos na área de comunicação
Planejamento e produção de conteúdo para diversos segmentos (serviço, varejo, indústria)

Matheus Diniz – Diretor de Arte
Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – FEMA/IMESA
Curso de Design Gráfico - V.A. Online
Introdução a Matte Painting para Publicidade - Jack Usephot On-line
Experiência de 6 anos na área de comunicação
1 ano e 3 meses - Diretor de Arte - Quest Comunicação Total
1 ano e 8 meses - Diretor de Arte - Empenho Comunicação
1 ano e 4 meses - Diretor de Arte - Madre (Agência Digital)
6 meses - Cinegrafista e Editor TV Fema
1 ano e 7 meses - Estágio em Direção de Arte - Geração Propaganda

Fls. Nº

Fls nº 2467

Quest
comunicação total

Quest
comunicação total

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

• Reuniões mensais, presencial, no cliente ou na agência (a depender da necessidade do cliente) para alinhamento de planejamento e campanhas.
• Reuniões quinzenais, para alinhamento dos Jobs, em data a ser estipulada entre agência e cliente para novos briefings e atualização de Jobs em andamento.
• Os briefings de novos Jobs deverão ser preenchidos conforme modelo que será disponibilizado pela agência.
• Os prazos dos Jobs contarão a partir do briefing completo com todas as informações para o desenvolvimento.
• Nas campanhas serão apresentados: plano de comunicação, conceito criativo por meio de peça conceito, desdobramento das principais peças, planejamento de mídia, investimentos de terceiros (produção) e mídia.
• Para cada campanha e/ou peça avulsa, serão apresentados 2 conceitos criativos para avaliação do cliente.
• Controle dos investimentos conforme proposta apresentada X verba disponibilizada.

PRAZOS

Peças avulsas

• Criação de conceito e peças: 5 a 10 dias úteis (a depender da complexidade do briefing).

Campanha

• Planejamento de comunicação: 10 dias úteis
• Criação de conceito e peças: 15 a 20 dias úteis
• Planejamento de Mídia: 10 a 15 dias úteis

PESQUISA E INFORMAÇÕES DE MARKETING

Será disponibilizada pesquisa de consumo de mídia TV na região do Médio Paranapanema e Norte do Paraná (compra anual).
Será utilizada plataforma própria de mensuração de resultados e estatísticas das ações digitais de forma a orientar nas estratégias e buscar melhor efetividade das ações.

Adriano Luiz Dorini de Oliveira - Sócio-Diretor

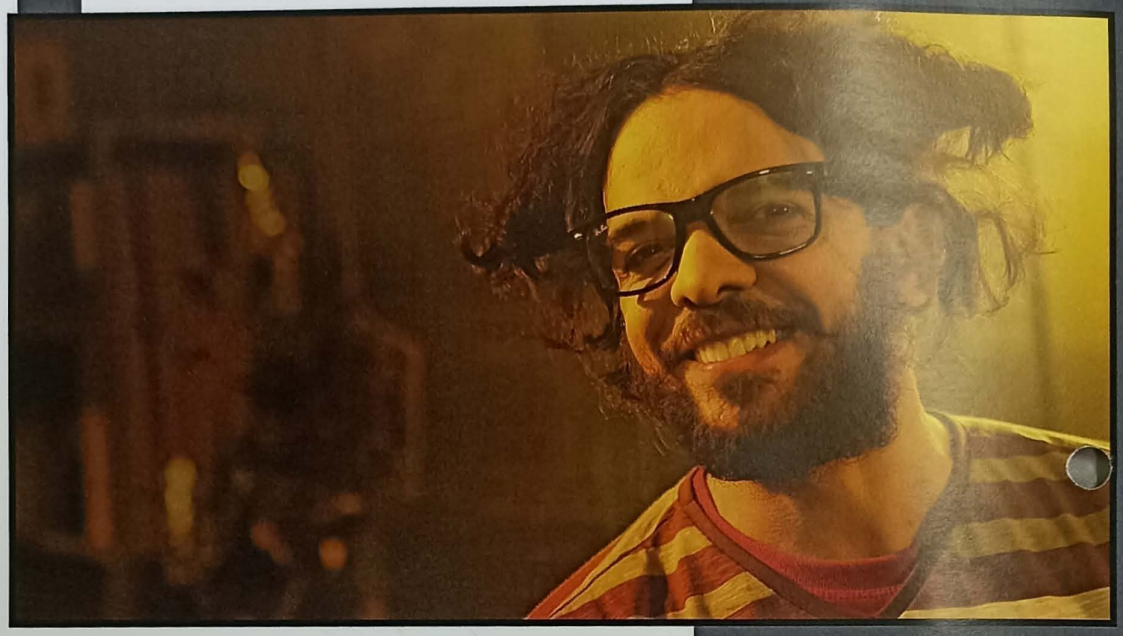
Rua das Rosas, 100
Jardim Santa Amélia
Assis, SP | CEP 19816-080
18 3302 4740

REPERTÓRIO

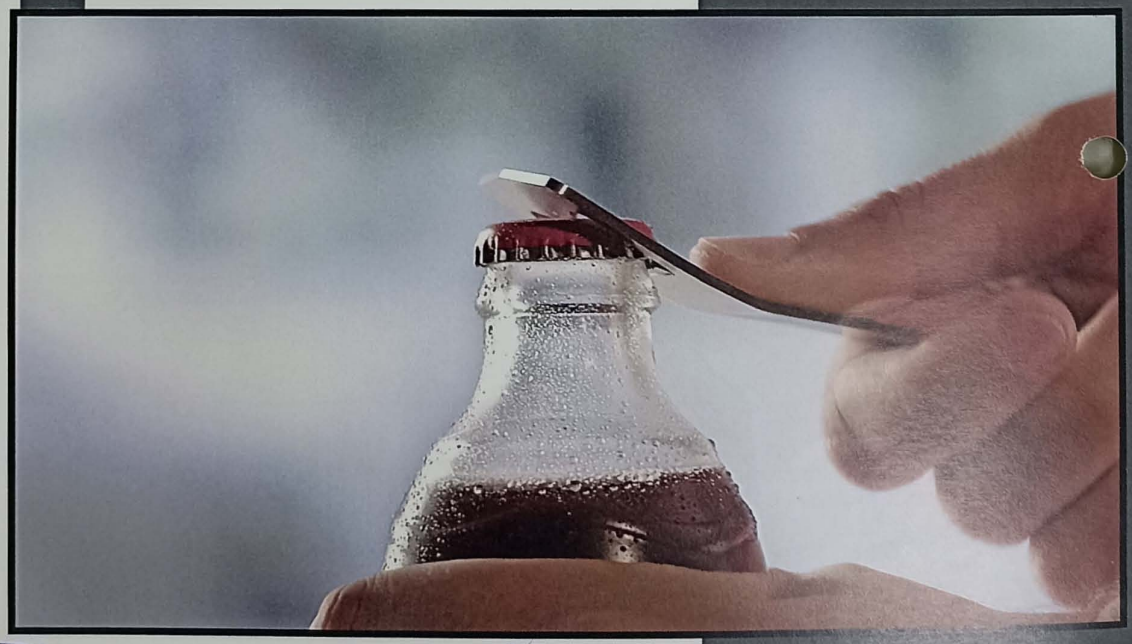
Fls. Nº
250

Quest
comunicação total

1



2



OS ARQUIVOS DIGITAIS EM DVD
ESTÃO ANEXADOS NA ÚLTIMA PÁGINA.

Quest comunicação total

PIPOCA POPUP

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: PAPO DE CINEMA - PATRÃO
ANUNCIANTE: ZD ALIMENTOS
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: RED STUDIOS
PRODUTORA DE SOM: AUDIOWORK
MÍDIA: DIEGO BAZZO
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: ELOIZI DEDEMO
DATA DE PRODUÇÃO: MARÇO DE 2016
VEICULAÇÃO: MAIO A OUTUBRO/2016
DISTRIBUIÇÃO: MAIO A OUTUBRO/2016
EXIBIÇÃO: MAIO A OUTUBRO/2016
EXPOSIÇÃO: MAIO A OUTUBRO/2016
VEÍCULO: TV TEM BAURU

PROBLEMA: Lançar o produto no mercado.

A campanha que teve como objetivo apresentar o produto no mercado de snacks como uma grande novidade, sendo um dos primeiros no Brasil. Ela também se estendeu para as redes sociais, materiais de PDV e Trade Marketing.

38º PROFISSIONAIS DO ANO®
NADA SUBSTITUI O TALENTO

FINALISTA DO 38º PRÊMIO PROFISSIONAIS DO ANO, DA REDE GLOBO

CONTI COLA

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: CONTI COLA MOMENTOS
ANUNCIANTE: CASA DI CONTI
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: RED STUDIOS
PRODUTORA DE SOM: AUDIOWORK
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: GERSON CONTI / ABÍLIO NETO
DATA DE PRODUÇÃO: ABRIL DE 2014
VEICULAÇÃO: MAIO/14 A JUNHO/16
DISTRIBUIÇÃO: MAIO/14 A JUNHO/16
EXIBIÇÃO: MAIO/14 A JUNHO/16
EXPOSIÇÃO: MAIO/14 A JUNHO/16
VEÍCULO: TV TEM BAURU

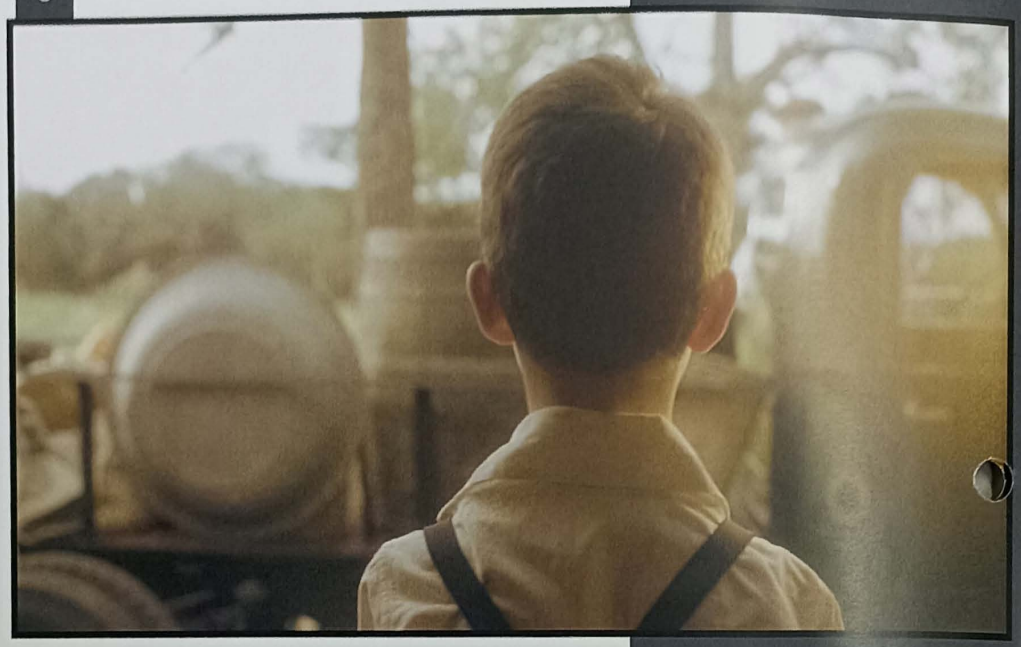
PROBLEMA: Apresentar o produto e seus diferentes tipos de embalagem.

Levando a assinatura, "A qualquer momento", o filme mostra todas as linhas do produto de uma maneira icônica, simbolizando situações de consumo numa apresentação que mistura elementos tradicionais e minimalistas.

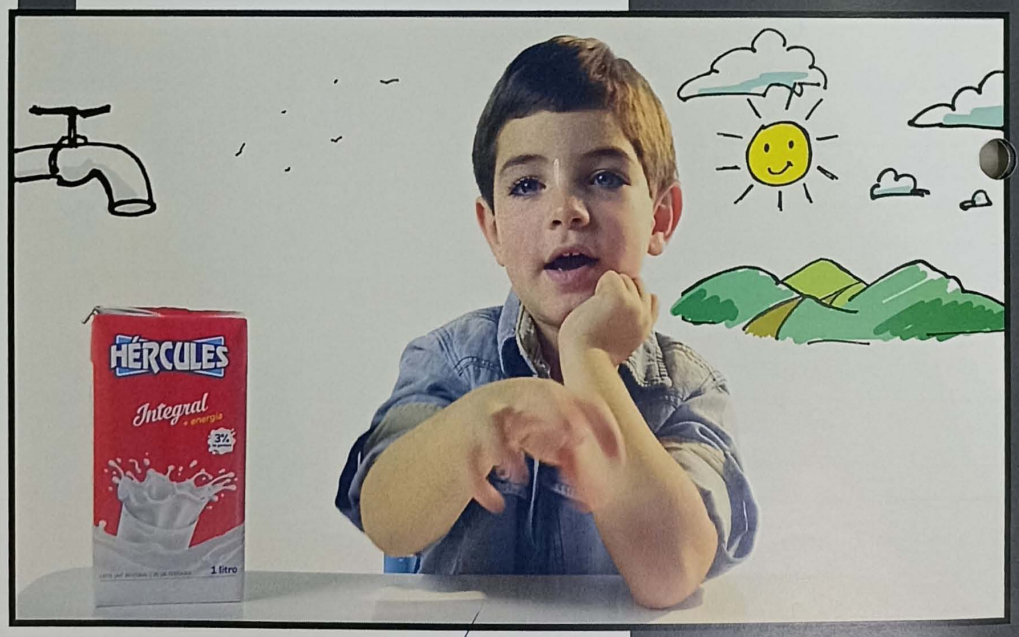
sbt
O MELHOR COMERCIAL REGIONAL DO BRASIL

FINALISTA DO PRÊMIO O MELHOR COMERCIAL REGIONAL DO BRASIL, DO SBT

3



4



OS ARQUIVOS DIGITAIS EM DVD
ESTÃO ANEXADOS NA ÚLTIMA PÁGINA.

Quest comunicação total

CASA DI CONTI 70 ANOS

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: CAMINHÕES
ANUNCIANTE: CASA DI CONTI
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: OESTE CINEMA
PRODUTORA DE SOM: GUILHERME HADDAD
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: GERSON CONTI / ABÍLIO NETO
DATA DE PRODUÇÃO: JANEIRO DE 2018
DISTRIBUIÇÃO: MAIO DE 2018
EXIBIÇÃO: A PARTIR DE MAIO DE 2018
EXPOSIÇÃO: A PARTIR DE MAIO DE 2018
VEÍCULO: FACEBOOK

PROBLEMA: Desenvolver um filme institucional comemorativo dos 70 anos da empresa.

A campanha teve como objetivo ilustrar detalhadamente a história da empresa de forma emocional, sendo ela usada em eventos em geral.
O filme viralizou nas redes sociais, principalmente no interior do estado de São Paulo, onde a empresa está localizada.

TV FESTVIDEO APP ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA RIBEIRÃO PRETO

FINALISTA DO PRÊMIO FESTVIDEO 2018, DA APP RIBEIRÃO PRETO/SP

LEITE HÉRCULES

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: COMO SERÁ?
ANUNCIANTE: ZD ALIMENTOS
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: RED STUDIOS
PRODUTORA DE SOM: AUDIOWORK
MÍDIA: DIEGO BAZZO
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: ELOIZI DEDEMO
DATA DE PRODUÇÃO: JULHO DE 2016
VEICULAÇÃO: AGOSTO/16 A MAIO/17
DISTRIBUIÇÃO: AGOSTO/16 A MAIO/17
EXIBIÇÃO: AGOSTO/16 A MAIO/17
EXPOSIÇÃO: AGOSTO/16 A MAIO/17
VEÍCULO: TV TEM BAURU

PROBLEMA: Divulgar as novas embalagens.

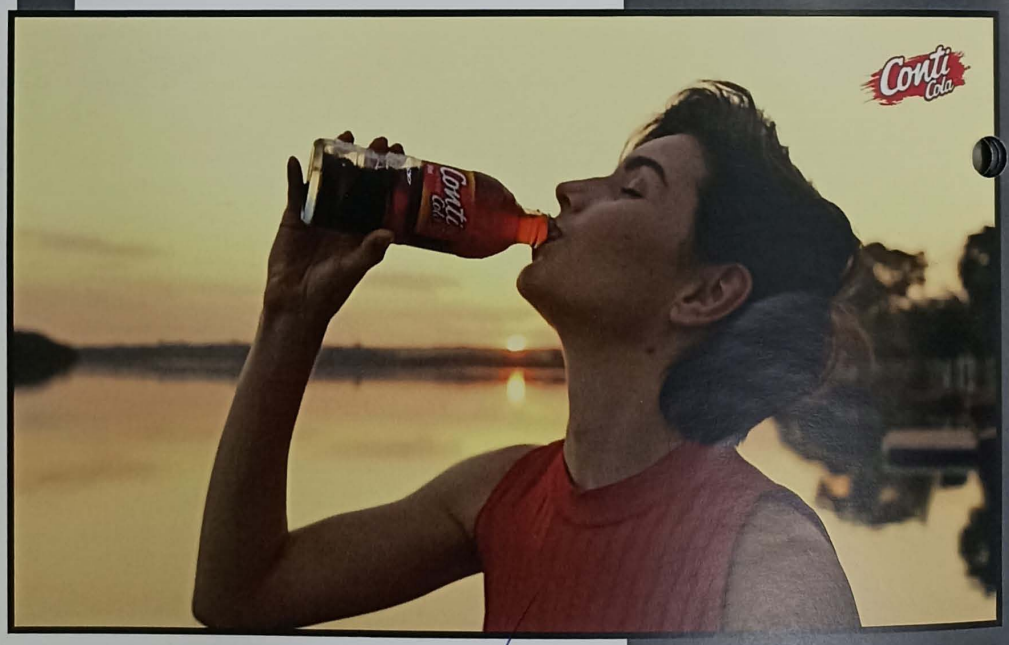
Perguntamos às crianças: "Como o leite entrou na caixinha?" O resultado? Surpreendente! A campanha do Leite Hércules apresentou também as novas embalagens que foram desenvolvidas pela Quest. Mais um sucesso que foi criado Pensando Grande em todos os detalhes.

TV FESTVIDEO APP ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA RIBEIRÃO PRETO

BRONZE NO FESTVIDEO 2017, DA APP RIBEIRÃO PRETO/SP

5

6



THINK BIG

OS ARQUIVOS DIGITAIS EM DVD
ESTÃO ANEXADOS NA ÚLTIMA PÁGINA.

Quest
comunicação total

INSTITUCIONAL MARVI

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: A QUALIDADE É A MELHOR RECEITA
ANUNCIANTE: MARVI
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: OESTE FILMES
PRODUTORA DE SOM: OESTE FILMES
ATENDIMENTO: THALITA COELHO
APROVADO POR: FILIPE MARTINI
DATA DE PRODUÇÃO: DEZEMBRO DE 2017
DISTRIBUIÇÃO: JANEIRO DE 2018
EXIBIÇÃO: A PARTIR DE JANEIRO DE 2018
EXPOSIÇÃO: A PARTIR DE JANEIRO DE 2018
VEÍCULO: INTERNET

PROBLEMA: Apresentar a empresa como líder de mercado do segmento.

A Marvi é a maior indústria de produtos para sorvete da América Latina e figura dentre as maiores do mundo, com o orgulho de ser uma empresa 100% brasileira. E para divulgar toda esta dimensão e importância, foi desenvolvido um filme institucional para reafirmá-la no mercado.

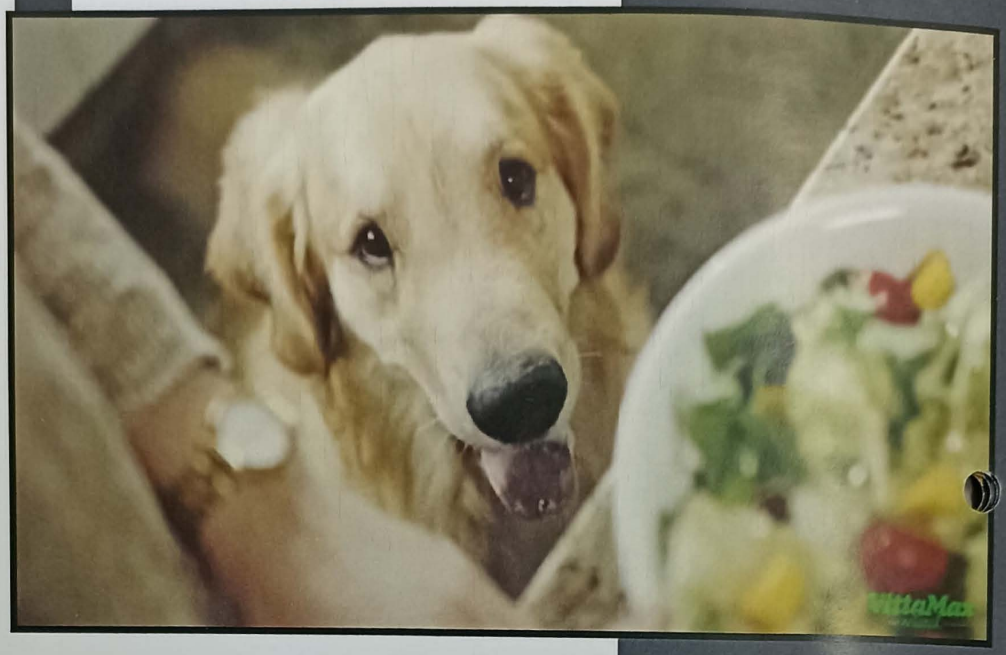
PROMOÇÃO MITEI COM CONTI COLA

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: CONTI COLA MITEI
ANUNCIANTE: CASA DI CONTI LTDA
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: OESTE FILMES
PRODUTORA DE SOM: OESTE FILMES
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: ABÍLIO NETO E GERSON CONTI
DATA DE PRODUÇÃO: JUNHO DE 2018
DISTRIBUIÇÃO: AGOSTO DE 2018
EXIBIÇÃO: DE AGOSTO A NOVEMBRO DE 2018
EXPOSIÇÃO: DE AGOSTO A NOVEMBRO DE 2018
VEÍCULO: TV TEM BAURU E INTERNET

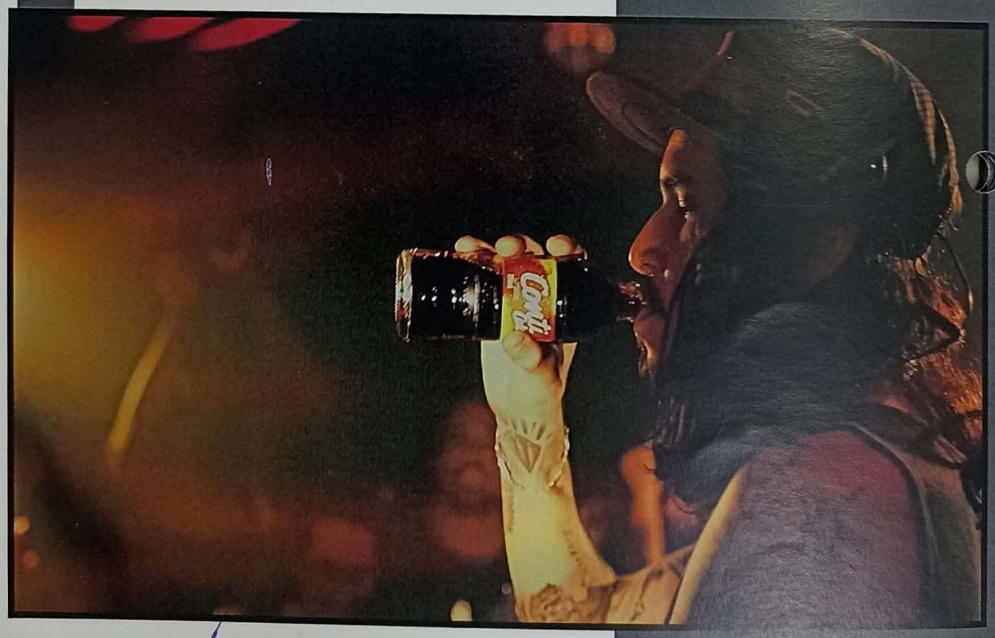
PROBLEMA: Aumentar o número de participações em relação a campanha promocional do ano anterior e fortalecer a presença no ambiente digital.

A Quest criou a promoção "Mitei com Conti Cola" que, além de conter uma linguagem jovem e contemporânea, contou com vários filmes web onde atores jovens dão dicas sobre a promoção de forma descontraída e bem-humorada. Atingiu o objetivo e aumentou em 68% o número de participações, superando a meta estipulada pelo cliente.

7



8



OS ARQUIVOS DIGITAIS EM DVD
ESTÃO ANEXADOS NA ÚLTIMA PÁGINA.

Quest
comunicação total

ROTINAS SAUDÁVEIS - VITTAMAX NATURAL

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: ROTINAS SAUDÁVEIS
ANUNCIANTE: MATSUDA PET
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: CAPTURA FILMES
PRODUTORA DE SOM: CAPTURA FILMES
ATENDIMENTO: PAULO SILVA
APROVADO POR: ALINE MATSUDA
DATA DE PRODUÇÃO: JULHO 2017
DISTRIBUIÇÃO: AGOSTO 2018 A DEZEMBRO 2019
EXIBIÇÃO: AGOSTO DE 2018 A DEZEMBRO 2019
EXPOSIÇÃO: AGOSTO DE 2018 A DEZEMBRO 2019
VEÍCULO: TV GLOBO CAMPO GRANDE, PONTA PORÃ E BELO HORIZONTE

PROBLEMA: Lançamento do produto diferenciado, com ingredientes naturais e formulação balanceada.

A campanha teve como objetivo fazer um comparativo entre a rotina de uma vida saudável de uma pessoa com seu pet, que ele também merece o carinho e o cuidado com a saúde através da Vittamax Natural.

TV FESTVIDEO
APP ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA RIBEIRÃO PRETO

PRATA NO PRÊMIO FESTVIDEO 2018, DA APP RIBEIRÃO PRETO/SP

CONTI COLA NA MÃO

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: CONTI COLA NA MÃO
ANUNCIANTE: CASA DI CONTI LTDA
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA E PÓS-PRODUÇÃO: RED STUDIOS
PRODUTORA DE SOM: ESTÚDIO MOJO
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: GERSON CONTI / ABÍLIO NETO
DATA DE PRODUÇÃO: JANEIRO DE 2017
VEICULAÇÃO: FEVEREIRO/17 A DEZEMBRO/17
DISTRIBUIÇÃO: FEVEREIRO/17 A DEZEMBRO/17
EXIBIÇÃO: FEVEREIRO/17 A DEZEMBRO/17
EXPOSIÇÃO: FEVEREIRO/17 A DEZEMBRO/17
VEÍCULO: TV TEM BAURU

PROBLEMA: Fortalecer a presença e reconhecimento da marca no mercado.

A campanha teve como objetivo mostrar as variadas situações em que o produto poderia estar inserido, transmitindo uma mensagem mais poética para conquistar os mais diferentes perfis de consumidores, por meio do emocional pelas mídias on-line e off-line.

9

Quest
comunicação total

TORCIDA CABONNET

FICHA TÉCNICA
TÍTULO: OUTDOOR TORCIDA CABONNET
ANUNCIANTE: CABONNET
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
MÍDIA: PAULO SILVA
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: TATIANA RAPCHAN
DATA DE PRODUÇÃO: JUNHO DE 2018
VEICULAÇÃO: JUNHO/18 A JULHO/18
DISTRIBUIÇÃO: JUNHO/18 A JULHO/18
EXIBIÇÃO: JUNHO/18 A JULHO/18
EXPOSIÇÃO: JUNHO/18 A JULHO/18
FORMATO: 9X3 METROS
VEÍCULO: KARONY PAINÉIS
PRAÇA: ASSIS/SP

PROBLEMA: Divulgar a ação promocional e aumentar o número de assinantes.

A campanha teve como objetivo captar novos clientes por meio de redes sociais e landing page, bem como fidelizar clientes atuais oferecendo upgrade por intermédio de e-mail marketing. Ela também se desdobrou para mídias outdoor.

TANQUE NA RESERVA É IGUAL TORNEIRA PINGANDO: NÃO PODE DEIXAR.

Ao usar o banheiro, dê a descarga e feche bem as torneiras. Economize água e mantenha a higiene do seu local de trabalho com consciência.

THINK BIG

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 2623

10

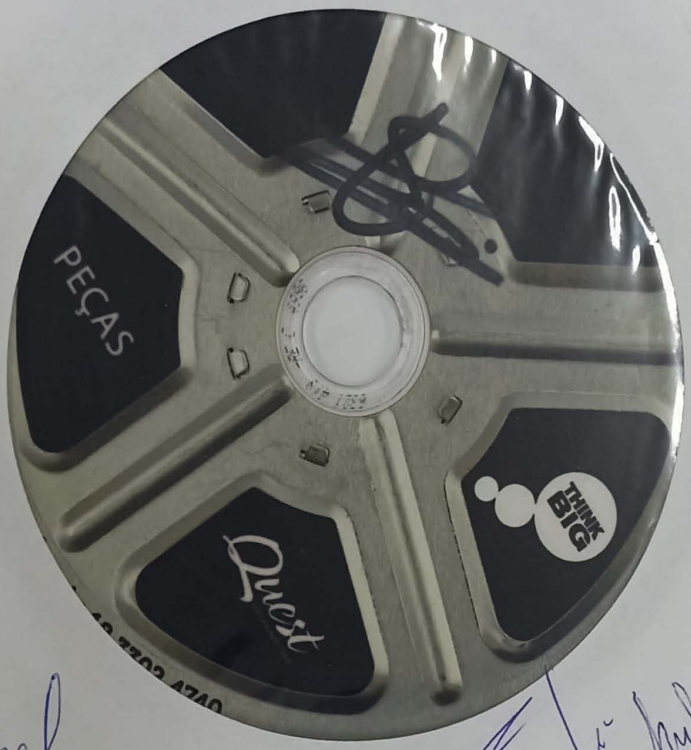
FICHA TÉCNICA
TÍTULO: CAMPANHA PÉ NO FREIO DO DISPERDÍCIO
CLIENTE: JAVEP CHEVROLET
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PEÇA: ADESIVO
PRODUÇÃO: NOVEMBRO DE 2017
DISTRIBUIÇÃO: NOVEMBRO DE 2017
FORMATO: 29,7X21CM
PRAÇA: JAÚ/SP, MARÍLIA/SP E SÃO CARLOS

PROBLEMA: Desenvolver campanha de endomarketing para conscientização sobre economia de água.

Usando a linguagem do segmento, foi feito uma comparativo entre o tanque de combustível do automóvel com a torneira das pias.

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 2643



Adriano Luiz Dorini de Oliveira - Sócio-Diretor

Rua das Rosas, 100
Jardim Santa Amélia
Assis, SP | CEP 19816-080
18 3302 4740

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Quest
comunicação total

SUPERMERCADOS AVENIDA 71 anos
PENSANDO EM VOCÊ

CASE SUPERMERCADOS AVENIDA 71 ANOS • NO AVENIDA SEMPRE TEM

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

A rede de Supermercados Avenida está presente em Assis há mais de 70 anos, com 21 lojas espalhadas pela região e sempre contando com bom atendimento e clientes fidelizados. Com o final da campanha de aniversário, o departamento de marketing da empresa detectou uma necessidade de se destacar entre os concorrentes diretos, pois, ao contrário deles, o Supermercado Avenida não usa preço como argumento de venda por conta da diferenciação no segmento. Esta comunicação, portanto, precisava valorizar os outros aspectos das lojas e conter uma unidade possível de desdobramento pra ações específicas durante todo o ano.

SOLUÇÃO PROPOSTA

No ano de 2018, a Rede Avenida completou seus 71 anos de história e, a partir deste gancho, a Quest desenvolveu uma campanha com um selo comemorativo e a chamada principal "No Avenida sempre tem". A ideia era mostrar que, nas lojas do Avenida, existe uma forte história de tradição que as tornam únicas, e este elemento é o que determina a fidelização os clientes. Esta comunicação destacou todo o valor agregado que as lojas têm, desde os estruturais, de qualidade, até os emocionais. As peças focavam o bem-estar da família, o que foi um fator de identificação forte entre o público-alvo e que diferenciou a marca entre a concorrência. Além disso, o conceito tinha uma fácil adaptação para ações específicas, como feiras livres e saldões.

Como resultado, a campanha que, além das peças gráficas, também contou com um filme institucional para TV e internet, um jingle bastante animado e uma ampla comunicação nas redes sociais, viralizou entre a região de atuação. As interações entre o público e o supermercado aumentaram consideravelmente e a música usada na campanha se fixou na mente das pessoas, até mesmo internamente, entre os colaboradores. Tudo isto reafirmou e estabilizou ainda mais a tradição entre os clientes em escolher o Supermercado Avenida para fazer suas compras, não pelo preço, mas sim pelos valores agregados apresentados: dedicação, carinho, comodidade, bom atendimento e produtos de alta qualidade.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- Comercial de 30" para TV aberta e Redes Sociais
- Jingle
- Tablóides
- Adesivos
- Conteúdo para Mídias Sociais

THINK BIG

C L FEMA
Fls nº 268

Quest comunicação total

FICHA TÉCNICA • COMERCIAL 30”
TÍTULO: NO AVENIDA SEMPRE TEM
ANUNCIANTE: CASA AVENIDA COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO LTDA.
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA: ARÉLAVO FILMES
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: KIKO BINATO E TATIANA SISMEIRO
DATA DE PRODUÇÃO: MAIO/18
DISTRIBUIÇÃO: MAIO/18
EXIBIÇÃO: MAIO/18 A SETEMBRO/18
EXPOSIÇÃO: MAIO/18 A SETEMBRO/18
VEÍCULO: TV TEM BAURU

FICHA TÉCNICA • JINGLE 30”
TÍTULO: NO AVENIDA SEMPRE TEM
ANUNCIANTE: CASA AVENIDA COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO LTDA.
AGÊNCIA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL
PRODUTORA: BERIMBAU ESTÚDIO
ATENDIMENTO: KÁTIA GEBRAN
APROVADO POR: KIKO BINATO E TATIANA SISMEIRO
DATA DE PRODUÇÃO: MAIO/18
DISTRIBUIÇÃO: MAIO/18
EXIBIÇÃO: MAIO/18 A SETEMBRO/18
EXPOSIÇÃO: MAIO/18 A SETEMBRO/18
VEÍCULO: RADIO VOZ DO VALE 103,3 FM

FICHA TÉCNICA • CAPA FACEBOOK
TÍTULO: NO AVENIDA SEMPRE TEM
DATA DE VEICULAÇÃO: MAIO 2018
VEÍCULO: FACEBOOK
FORMATO ORIGINAL: 851X311PX

Tatiana Sismeiro

CASA AVENIDA COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO LTDA.
Tatiana Sismeiro – Gerente de Marketing

OS ARQUIVOS DIGITAIS NO DVD EM ANEXO

CABONNET 23 anos
JUNTOS E CONECTADOS

CABONNET 23 ANOS. PESSOAS CONECTANDO PESSOAS.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Com lojas nas cidades de Assis, Presidente Prudente e Ourinhos, a Cabonnet, com o passar dos anos, se tornou o mais popular e tradicional provedor de internet banda larga em sua região de atuação. Porém, com a chegada de concorrentes locais nestas cidades, a empresa começou a perder alguns clientes, pois estes começaram a migrar seus planos com o fim do período de fidelidade. Com isso, tornou-se necessária uma comunicação mais afirmativa, que trouxesse de volta todo o valor da empresa e a qualidade da prestação de seu serviço, considerando seus 23 anos de história.

SOLUÇÃO PROPOSTA

No ano de 2018, a Cabonnet completou seus 23 anos no mercado, e foi proposta uma campanha que usasse este argumento para reposicionar a empresa como tradicional e de boa qualidade na região. Assim, foi criado o mote "**Pessoas conectando pessoas**", onde as peças retratavam exatamente o relacionamento entre pessoas, seja entre clientes ou empresa e cliente. O grande diferencial da campanha, além de ganchos promocionais mais chamativos (velocidades 50% maiores do que a dos concorrentes pelo mesmo preço) e o foco na tradição da empresa, foi a implantação do Inbound Marketing como auxílio, tanto na retenção quanto na captação de novos clientes neste período. Esta ferramenta tornou possível um relacionamento mais próximo e humanizado com o cliente, dando a ele um atendimento totalmente personalizado, diferente do método da concorrência. Esta ação oferecia, principalmente, a possibilidade de os clientes realizarem um upgrade de seus planos, aumentando suas velocidades, sem alterar preços.

Como resultado, a Cabonnet conseguiu, através da geração de Leads captados em Landing Pages da campanha, um aumento de 22% na procura de novos clientes e, com o forte apelo no discurso de tradição, o crescimento da visibilidade da marca e a valorização do branding foram notáveis, considerando a boa quantidade de clientes retidos.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- Outdoor
- Anúncios para Jornal e Revista
- Spot
- Flyer
- E-mail Marketing
- Landing Page
- Criação e gestão de conteúdo para Mídias Sociais

THINK BIG

Quest
comunicação total

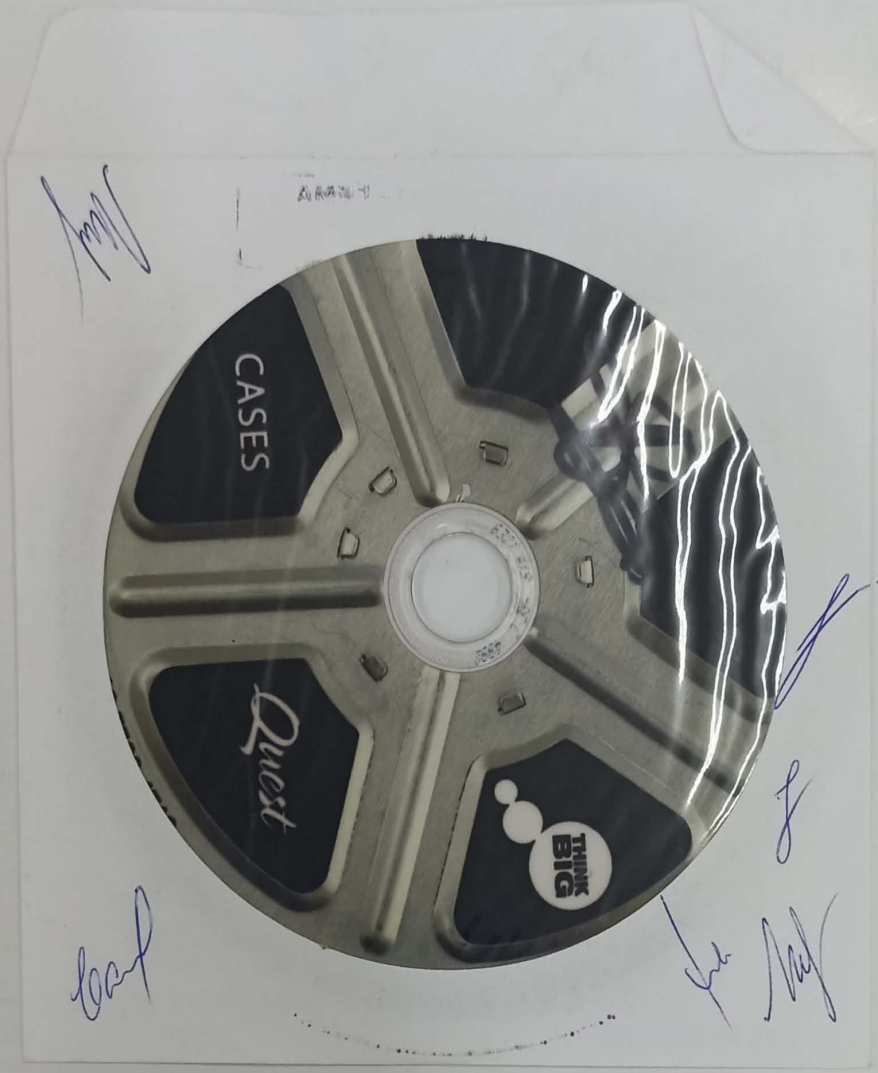
FIS. N
270
C.L FEMA

FICHA TÉCNICA • ANÚNCIO REVISTA
TÍTULO: CONECTANDO PAIS E FILHOS
DATA DE VEICULAÇÃO: AGOSTO 2018
DISTRIBUIÇÃO: AGOSTO 2018
VEÍCULO: REVISTA ESTILO LIVRE
FORMATO ORIGINAL : 23X30CM

CABONNET TELECOMUNICAÇÕES LTDA. ME
Tatiana Rapchan – Diretora-Geral

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 272



Adriano Luiz Dorini de Oliveira - Sócio-Diretor

C L. FEMA
Fls. nº 2737

Rua das Rosas, 100
Jardim Santa Amélia
Assis, SP | CEP 19816-080
18 3302 4740

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

ATA DE SESSÃO DE JULGAMENTO DO INVÓLUCRO N.º 3

Ref.: Processo Licitatório n.º 026/2019

Concorrência n.º 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A subcomissão Técnica reuniu-se em vinte e cinco de junho de dois mil e dezenove, com a presença dos membros abaixo identificados, a fim de proceder ao julgamento do invólucro n.º 3, das propostas apresentadas ao Processo referenciado, de acordo com o item 9 do edital, conforme planilhas de pontuação em anexo.

1 – SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

ANA LUISA ANTUNES DIAS
MEMBRO

GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO
MEMBRO

LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES
MEMBRO

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR
MEMBRO

PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL
MEMBRO

PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS
MEMBRO

SUBCOMISSÃO TÉCNICA - Agência QUEST		
JULGAMENTO INVÓLUCRO N.º 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E		
PROCESSO LICITATÓRIO N.º 026/2019		
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019		
JULGADOR (A): ANA LUISA ANTUNES DIAS		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	A agência atende às necessidades da Instituição, pois comprova ótima capacidade de atendimento.
REPERTÓRIO	10	A agência demonstra clareza e criatividade na exposição das informações prestadas. Excelente qualidade na execução e acabamentos dos materiais apresentados.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	9	Evidenciam capacidade de atendimento e consistência nas estratégias empregadas na resolução dos problemas.
TOTAL	34	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	A agência justificou sua ótima capacidade de atendimento descrevendo sua estrutura física e de pessoal, com acervos bibliográficos e de mídia.
REPERTÓRIO	9	Material apresenta repertório condizente com as necessidades da instituição.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	10	A agência comprovou consistência na exposição dos resultados apresentados.
TOTAL	34	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	A agência demonstrou total capacidade técnica, estrutual e pessoal para atender as expectativas da Instituição de Ensino.
REPERTÓRIO	10	As ideias sugeridas podem ser executadas com qualidade, conforme prevê as necessidades.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	8,5	A empresa demonstrou estar pronta para enfrentar imprevistos e propor soluções emergenciais, através de um planejamento adequado.
TOTAL	33,5	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	Excelente capacidade de atendimento, com boas experiências profissionais e ótimos recursos materiais. Ótimo acervo bibliográfico de referência e consulta sobre informações de marketing, pesquisa de audiência e mídia.
REPERTÓRIO	10	Excepcional qualidade de repertório, com clareza das
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	9,5	A agência, por meio de experiências com outras empresas, comprovou que tem capacidade de resolução de problemas.
TOTAL	34,5	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	Comprovadamente a agência possui estrutura física, materiais e recursos humanos da área de comunicação adequados ao projeto.
REPERTÓRIO	10	A agência possui capacidade de atender a instituição,
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	9	A agência apresenta soluções de comunicação pertinentes ao público-alvo.
TOTAL	34	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS		
QUESITO/SUBQUESITO	**NOTA**	**JUSTIFICATIVA**
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	Pela descrição apresentada, a agência demonstra capacidade técnica, ainda de pequeno porte.
REPERTÓRIO	9,5	O material está condizente com o requisitado.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	8,5	A agência comprovou que tem capacidade de resolução de problemas por meio de experiências com outras instituições.
TOTAL	33	
ASSINATURA:		

SUBCOMISSÃO TÉCNICA - Agência Z5

JULGAMENTO INVÓLUCRO N.º 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

PROCESSO LICITATÓRIO N.º 026/2019

CONCORRÊNCIA N.º 002/2019

JULGADOR (A): ANA LUISA ANTUNES DIAS

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	13,5	A agência atende às necessidades da Instituição, pois comprova boa capacidade de atendimento.
REPERTÓRIO	10	A agência demonstra clareza, criatividade e qualidade na exposição das informações prestadas.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	9	Evidenciam ótima capacidade de atendimento e planejamento por parte da agência e consistência nas estratégias empregadas na resolução dos problemas.
TOTAL	32,5	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	14	A agência justificou sua capacidade de atendimento descrevendo sua estrutura física e de pessoal.
REPERTÓRIO	9	Material apresenta qualidade e pertinência ao problema
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	9	A agência comprovou também a consistência e relevância dos resultados apresentados.
TOTAL	32	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	14	A agência demonstrou capacidade técnica, estrutural e pessoal para atender as expectativas da Instituição de Ensino.
REPERTÓRIO	9,5	Bom repertório, com boas soluções de comunicação.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	10	A empresa demonstrou capacidade de resolução de problemas.
TOTAL	33,5	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	13,5	Boa capacidade de atendimento, com experiência profissional e recursos materiais satisfatórios. Relevante acervo bibliográfico de referência e consulta sobre informações de marketing, pesquisa de audiência e
REPERTÓRIO	9	Boa qualidade de repertório.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	10	Demonstra resolução de problemas com aumento significativo das vendas.
TOTAL	32,5	
ASSINATURA:	Leonice Simões	

JULGADOR (A): NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	13	Comprovadamente a agência possui estrutura física, materiais e recursos humanos da área de comunicação.
REPERTÓRIO	9	A agência possui bom repertório, considerando a análise dos projetos anteriores.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	8,5	A agência apresenta soluções de comunicação pertinentes ao público-alvo.
TOTAL	30,5	
ASSINATURA:		

JULGADOR (A): PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS

QUESITO/SUBQUESITO	NOTA	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	14	Pela descrição apresentada, a agência demonstra capacidade técnica.
REPERTÓRIO	9	O material está condizente com o requisitado.
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	9	A agência comprovou que tem capacidade de resolução de problemas.
TOTAL	32	
ASSINATURA:		

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Assis, 04 de julho de 2019.

COMISSÃO PERMANETE DE LICITAÇÃO/FEMA

Assunto: Comunica Classificação e Convoca para segunda sessão de julgamento.

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 - Concorrência 02/19 – Contratação de Agencia de Propaganda nos Termo da Lei nº 12.232/10, Visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

Comunica que as licitantes, QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, e, AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME, foram classificadas para o prosseguimento do certame em tela. Convocamos a Vossa Senhoria em atendimento ao item 12.9 do edital, para participação da segunda sessão de julgamento da Concorrência mencionada, que ocorrerá na Seção de Materiais, as 09h30min do dia 23 de julho de 2019.

Aberto prazo para recursos.

Sem mais para o momento,

Atenciosamente.

Recebi
Felipe
04/07/19.

Maria Salete Porto Steiger Elias
PRESIDENTE DA COMISSÃO

A Ilustríssima Senhora
Carolina Tomiko Yazile Maciel
M.D. representante legal da QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA.

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Assis, 04 de julho de 2019.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/FEMA

Assunto: Comunica Classificação e Convoca para segunda sessão de julgamento.

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 - Concorrência 02/19 – Contratação de Agencia de Propaganda nos Termo da Lei nº 12.232/10, Visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

Comunica que as licitantes, QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, e, AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME, foram classificadas para o prosseguimento do certame em tela. Convocamos a Vossa Senhoria em atendimento ao item 12.9 do edital, para participação da segunda sessão de julgamento da Concorrência mencionada, que ocorrerá na Seção de Materiais, as 09h30min do dia 23 de julho de 2019.

Aberto prazo para recursos.

Sem mais para o momento.

Recebi em 04/07/19

Atenciosamente.

Maria Salete Porto Steiger Elias
PRESIDENTE DA COMISSÃO

Ao Ilustríssimo Senhor
André Gustavo Kanthack Paccini
M.D. representante legal da AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME

Quest
comunicação total

C.L. FEMA
Fls nº 2832

Assis, 05 de julho de 2019

A Ilustríssima Senhora
Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação / Fema

Assunto: Solicitação de conteúdo.

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 – Concorrência 02/19 – Contratação de Agência de Propaganda, visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME, com sua sede na Rua das Rosas, n° 100, Jardim Santa Amélia, CEP n° 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem respeitosamente à presença de V. Senhoria, por intermédio de seu representante legal que esta subscreve, com fulcro no art. 109, I, "a" da Lei 8666/93 e art. 5ª, LV da CF/88, vem tempestivamente *solicitar cópia dos conteúdos dos envelopes 1 e 3 da Agência de Comunicação Z5 LTDA – ME*, que fora também classificada para a segunda sessão de julgamento da Concorrência 02/19.

No aguardo e sem mais para o momento,

Agradecemos,

Carolina Tomiko Yazlle Maciel
RG 24.657.786-1

SERVIÇO MUNICIPAL DE TRANSPORTES COLETIVOS

REVOGAÇÃO DE LICITAÇÃO
SERVIÇO MUNICIPAL DE TRANSPORTES COLETIVOS DE ARARAS
Licitação Modalidade: Pregão Presencial nº007/2019
Objeto: Aquisição integral de 10 ônibus urbanos usados, ano de fabricação e modelo mínimo 2013/2014, para uso do Serviço Municipal de Transportes Coletivos de Araras.
O SERVIÇO MUNICIPAL DE TRANSPORTES COLETIVOS DE ARARAS, torna público para conhecimento dos interessados que a licitação modalidade PREGÃO PRESENCIAL Nº007/2019 foi REVOGADA em todos os seus termos, com fundamento no artigo 49 da Lei Federal nº 8.666/92
Araras, 05 de julho de 2019
DÁRCIO SEBASTIÃO CARVALHO
DIRETOR DA DIVISÃO DE COMPRAS, LICITAÇÕES E ALMOXARIFADO
ELCIO E RODRIGUES JUNIOR
PRESIDENTE EXECUTIVO – TCA

ARUJÁ

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARUJÁ

RELAÇÃO DE CONTRATOS
Aditamento nº 05 de 03/07/2019 ao Contrato nº 2.952 de 18/10/2018; Contratante: PMA, Contratada: ECOLE SERVIÇOS MÉDICOS LTDA Objeto: prestação de serviços continuados na área de assistência médica ao seguro saúde, através de plano familiar, aos servidores municipais ativos, inativos, pensionistas e seus dependentes. Fica aditado em R$ 5.760,00(cinco mil setecentos e sessenta reais)o valor global do contrato original. Fica aditado o contrato principal alterando a relação de servidores. As despesas decorrentes do presente aditamento correrão por conta Nota de Empenho nº 4.087/2019 e pela Funcional Programática: 02.04.05 12.365.0021.2126.3.3.90.39.99.
Prefeitura Municipal de Arujá, 05 de julho de 2019.

ASSIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

COMUNICAÇÃO E CONVOCAÇÃO - Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 - Concorrência 02/19 – Contratação de Agencia de Propaganda nos Termo da Lei nº 12.232/10, Visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Comunicamos a Classificação das licitantes QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, e, AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO 25 LTDA - ME. Aberto Prazo para recursos. Transcorrido o prazo recursal sem a interposição de recurso, fica desde já as licitantes CONVOCADAS para participação na Segunda Sessão de Julgamento do processo mencionado, por força do item 12.9 do Edital. Data da Sessão: dia 23/07/2019 às 09h30min. Informações: (18) 3302-1055. Assis (SP), 04 de julho de 2019. – Maria Salete Porto Steiger Elias - Presidente da Comissão de Licitações.

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO VALE DO PARANAPANEMA - SAÚDE

Homologação. Pregão Presencial 02/2019 - Processo 05/2019. Registro de preços para material hospitalar para o SAMU/Assis. Homologado às empresas: Cirulabor Prod. Cir. Ltda. EPP, CNPJ 47.063.094/0001-01, itens 4 - R$ 5,95, 5 - R$ 6,35, 6 - R$ 5,51, 11 - R$ 59,50; 12 - R$ 57,00; 13 - R$ 57,00; 15 - R$ 4,55, 16 - R$ 6,80; 17 - R$ 9,10; 18 - R$ 25,60; 51 - R$ 108,00; 52 - R$ 108,00; 53 - R$ 108,00; 54 - R$ 113,00; 57 - R$ 1,10; 85 - R$ 17,89; 94 - R$ 1,15, 95 - R$ 1,15, 96 - R$ 34,98, 97 - R$ 44,98, 110 - R$ 549,00; 113 - R$ 12,40; 114 - R$ 24,90; 123 - R$ 4,89; 138 - R$ 350,00; 141 - R$ 150,00; 142 - R$ 140,00 e 143 - R$ 140,00. Med Center Coml. Ltda., CNPJ 00.874.929/0001-40, itens 9 - R$ 5,479; 33 - R$ 2,76, 46 - R$ 17,94; 47 - R$ 17,94; 48 - R$ 17,94, 58 - R$ 23,46, 59 - R$ 0,199; 60 - R$ 12,834; 61 - R$ 14,076; 63 - R$ 12,834; 67 - R$ 347,475, 76 - R$ 69,75, 90 - R$ 3,84, 98 - R$ 2,20; 102 - R$ 46,23; 103 - R$ 46,23, 107 - R$ 4,416; 108 - R$ 4,416; 109 - R$ 698,28; 130 - R$ 2,332, 132 - R$ 2,484; 134 - R$ 8,339; 155 - R$ 12,282; 157 - R$ 7,107, 158 - R$ 5,727, 159 - R$ 10,62, 161 - R$ 12,42, 162 - R$ 179,40 e 163 - R$ 166,788. Nacional Coml. Hosp. Ltda., CNPJ 52.202.744/0001-92, itens 3 - R$ 14,72; 10 - R$ 9,10; 32 - R$ 3,19; 34 - R$ 3,25, 35 - R$ 3,25, 36 - R$ 3,25, 37 - R$ 3,25, 38 - R$ 3,25, 39 - R$ 3,25, 40 - R$ 3,25, 41 - R$ 3,25, 42 - R$ 3,25, 43 - R$ 3,25, 44 - R$ 3,25, 45 - R$ 3,25, 71 - R$ 0,39; 72 - R$ 0,54; 73 - R$ 1,00; 84 - R$ 12,00; 93 - R$ 5,78; 99 - R$ 3,45; 115 - R$ 0,895; 116 - R$ 0,895; 117 - R$ 0,895, 118 - R$ 19,17; 119 - R$ 19,17, 120 - R$ 19,17; 126 - R$ 2,05, 144 - R$ 4,70; 151 - R$ 0,77; 152 - R$ 0,79 e 153 - R$ 0,98. Qualilab Prod. Hosp. e Lab. Ltda. EPP, CNPJ 00.546.899/0001-42, o item 100 - R$ 29,00. SAMTRONIC IND. E COM. LTDA., CNPJ 58.426.628/0001-33, itens 88 - R$ 1.000,00 e 91 - R$ 1.200,00. Triunfal Marília Coml. Ltda., CNPJ 64.815.897/0001-94, itens 1 - R$ 135,00; 2 - R$ 3,70; 21 - R$ 16,00; 26 - R$ 3,65, 27 - R$ 3,65, 28 - R$ 3,65, 29 - R$ 3,65, 30 - R$ 3,65, 31 - R$ 3,65, 49 - R$ 113,00; 50 - R$ 113,00; 56 - R$ 0,66, 62 - R$ 12,50; 64 - R$ 12,50; 65 - R$ 12,50; 66 - R$ 12,50; 69 - R$ 2,15, 75 - R$ 71,00; 77 - R$ 1,48, 78 - R$ 0,21, 89 - R$ 21,45, 105 - R$ 110,35, 106 - R$ 110,35, 145 - R$ 0,127, 146 - R$ 0,247, 147 - R$ 0,372; 148 - R$ 0,137, 149 - R$ 0,527, 150 - R$ 0,54, 154 - R$ 13,40; 156 - R$ 10,70 e 160 - R$ 19,30. Itens desertos: 7, 8, 19, 22, 23, 24, 25, 79, 80, 81, 101, 121, 122, 133, 135, 136, 137, 139 e 140. Itens fracassados: 14, 20, 55, 68, 70, 74, 82, 83, 86, 87, 92, 104, 112, 124, 125, 127, 128, 129 e 131. Item anulado: 111. Assis, 04 de julho de 2019. Eduardo Corrêa Sotana - Presidente

ATIBAIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ATIBAIA

AVISO DE LICITAÇÃO. A Prefeitura da Estância de Atibaia, torna público para conhecimento dos interessados a abertura da seguinte licitação: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 007/19, PROCESSO Nº 23.219/2019, cujo o objeto é a contratação de empresa especializada, com fornecimento de materiais e mão de obra para execução de serviços de infraestrutura e pavimentação asfáltica da Av. Jerônimo de Camargo, Trecho 02, no Município de Atibaia. Entrega e abertura dos envelopes: às 09 horas dia 12 de agosto de 2 019 na sala de Licitações da Secretaria de Administração, à Rua Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Atibaia/SP. Para aquisição dos editais os interessados deverão acessar os sites http://www.atibaia.sp.gov.br/transparencia/ ou, dirigir-se à sede da Prefeitura da Estância de Atibaia, nos dias úteis da 10h às 16h, mediante o recolhimento de emolumentos no valor de R$ 50,00 (cinquenta reais). PREGÃO ELETRÔNICO Nº 121/2019, PROCESSO Nº 19.932/2019, cujo o objeto é o Registro de preços para eventual aquisição de aparelho telefônico analógico de mesa, destinado ao uso de diversas Secretarias desta Prefeitura, com entregas parceladas, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 23/07/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 24/07/19 ÀS 08H30. PREGÃO ELETRÔNICO Nº 122/2019, PROCESSO Nº 18.755/2019, cujo o objeto é a Contratação de serviço de locação de analisador bioquímico novo, com fornecimento de reagentes, destinado ao uso do Laboratório Municipal, da Secretaria Municipal de Saúde, de forma parcelada, por um período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 23/07/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 24/07/19 ÀS 08H30. PREGÃO ELETRÔNICO Nº 123/2019, PROCESSO Nº 19.263/2019, cujo o objeto é o Registro de preços para eventual aquisição de gêneros alimentícios para consumo nas diversas Secretarias da Prefeitura da Estância de Atibaia pelo período de 12 (doze) meses. RECEBIMENTO DE PROPOSTAS INICIAIS ATÉ: 23/07/19 ÀS 16H00. ABERTURA DE PROPOSTAS E INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS DIA: 24/07/19 ÀS 08H30. Para aquisição dos editais os interessados deverão acessar os sites http://www.atibaia.sp.gov.br ou www.bbmnetlicitacoes.com.br ou, dirigir-se à sede da Prefeitura da Estância de Atibaia, nos dias úteis da 10 h às 16 h, mediante o recolhimento de emolumentos no valor de R$ 10,00 (dez reais). PREGÃO PRESENCIAL Nº 36/2019, PROCESSO Nº 21.646/2019, cujo objeto é o Registro de preços para eventual prestação de serviços de internação psiquiátrica, destinada ao uso da Secretaria Municipal de Saúde, de forma parcelada, por um período de 12 (doze) meses. ENTREGA DOS ENVELOPES E INÍCIO DA SESSÃO DE LANCES: "Proposta e Documentação", às 09 horas do dia 23 de JULHO de 2.019, na sala de Licitações, sita na R Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Atibaia/SP. Para aquisição dos Editais os interessados deverão acessar os sites http://www.atibaia.sp.gov.br (Transparência Pública), ou, dirigir-se à sede da Prefeitura da Estância de Atibaia, nos dias úteis da 10h às 16h, mediante o recolhimento de emolumentos no valor de R$ 10,00 (dez reais). DEMAIS INFORMAÇÕES. Departamento de Compras e Licitações, sito à R Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Fone: 11 4414-2510. Secretaria de Administração – Departamento de Compras e Licitações, 05 de Julho de 2.019. -Daniela Marques Vieira Barbosa- Diretora do Departamento de Compras e Licitações.
AVISO DE REVOGAÇÃO. Processo Administrativo nº 17.443/2019. Concorrência Pública n.º 004/2019. Interessado: Secretaria de Obras Públicas. Objeto: Contratação de empresa especializada, com fornecimento de materiais e mão de obra para execução de serviços de infraestrutura e pavimentação asfáltica da Av. Jerônimo De Camargo – Trecho 2, no Município de Atibaia/SP. DESPACHO. Vistos, Em face dos elementos constantes no presente processo administrativo, REVOGO a presente licitação por razões de interesse público, nos termos do artigo 49 da Lei Federal n.º 8.666/93. Retorne-se o processo à Secretaria de Administração para os fins legais. PREFEITURA DA ESTÂNCIA DE ATIBAIA, aos 05 dias do mês de julho de 2.019. -Edson Ricardo Mungo Pissulin- Secretário de Obras Públicas. DEMAIS INFORMAÇÕES. Departamento de Compras e Licitações, sito à Rua Bruno Sargiani, 100, Vila Rica, Fone: 11 4414-2510. Secretaria de Administração – Departamento de Compras e Licitações, 05 de Julho de 2.019. -Daniela Marques Vieira Barbosa- Diretora do Departamento de Compras e Licitações.
COMUNICADO DE ERRATA. ERRATA da publicação realizada na edição de 02/07/2019, Diário Oficial, página 182, em relação ao Processo nº 16.561/19 Dispensa nº 014/19, onde se lê " Maria Amélia Sakamiti Roda – Secretária de Saúde " Leia-se " José Eduardo Mariano – Secretário de Saúde em Substituição Interina. " Secretaria de Administração, 05 de julho de 2019. Daniela Marques Vieira Barbosa – Diretora do Departamento de Compras e Licitações.

AVARÉ

PREFEITURA MUNICIPAL DE AVARÉ

AVISOS DE EDITAIS
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 012/19 – PROCESSO Nº 176/19
Objeto: Contratação de empresa especializada para fornecimento de materiais, máquinas, equipamentos e mão-de-obra para execução de iluminação das vias de acesso ao trevo principal da altura do KM 258 da Rodovia SP 255, conforme edital.
Data de Encerramento: 12 de agosto de 2019 às 09:30 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 12 de agosto de 2019 às 10 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 Ramal 229 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Érica Marin Henrique – Presidente da Comissão Permanente para Julgamento de Licitações.
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 050/19 – PROCESSO Nº 182/19
EXCLUSIVO PARA ME, EPP ou MEI
Objeto: Aquisição de material para as aulas e treinamento de natação e hidroginástica na Piscina Municipal
Recebimento das Propostas: 11 de julho de 2.019 das 14 horas até 23 de julho de 2.019 às 08 horas
Abertura das Propostas: 23 de julho de 2.019 das 08h30min às 09h30min
Início da Sessão: 23 de julho de 2.019 às 10h30min
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes nº 1.169, Fone/Fax (14)3711-2500 – Ramal 233 – www.bllcompras.org.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Olga Mitiko Hata – Pregoeira.
PREGÃO PRESENCIAL Nº 076/19 – PROCESSO Nº 178/19
EXCLUSIVO PARA ME/EPP/MEI
Objeto: Contratação de empresa para construção de sarjetões.
Data de Encerramento: 24 de julho de 2.019 das 09h30min às 10 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 24 de julho de 2.019 às 10 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Cristiane Aparecida Santos – Pregoeira.
PREGÃO PRESENCIAL Nº 077/19 – PROCESSO Nº 179/19
COTA RESERVADA PARA ME/EPP/MEI
Objeto: Registro de preços para eventual aquisição futura de pedra britada e brita graduada.
Data de Encerramento: 24 de julho de 2.019 das 14h30min às 15 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 24 de julho de 2.019 às 15 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Cristiane Aparecida Santos – Pregoeira.
PREGÃO PRESENCIAL Nº 078/19 – PROCESSO Nº 180/19
COTA RESERVADA PARA ME/EPP/MEI
Objeto: Registro de preços para eventual aquisição futura de máquinas para uso na Secretaria de Serviços.
Data de Encerramento: 25 de julho de 2.019 das 14h30min às 15 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 25 de julho de 2.019 às 15 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Cristiane Aparecida Santos – Pregoeira.
PREGÃO PRESENCIAL Nº 079/19 – PROCESSO Nº 181/19
ABERTO PARA TODAS AS EMPRESAS
Objeto: Registro de preços para eventual contratação futura de empresa para locação de máquinas com operador.
Data de Encerramento: 26 de julho de 2.019 das 14h30min às 15 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 26 de julho de 2.019 às 15 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Cristiane Aparecida Santos – Pregoeira.
REPETIÇÃO DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 003/19 – PROCESSO Nº 144/19
Objeto: Contratação de empresa para realização de exames médicos de diagnóstico – espirometria, conforme edital.
Data de Encerramento: 13 de agosto de 2019 às 09:30 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 13 de agosto de 2019 às 10 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 Ramal 229 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Érica Marin Henrique – Presidente da Comissão Permanente para Julgamento de Licitações.
REPETIÇÃO DE PREGÃO PRESENCIAL Nº 064/19 – PROCESSO Nº 149/19
ABERTO PARA TODAS AS EMPRESAS
Objeto: Contratação de empresa para fornecimento de materiais de consumo de padaria, itens para café da manhã para o Corpo de Bombeiros de Avaré.
Data de Encerramento: 22 de julho de 2.019 das 09h30min às 10 horas, Dep. Licitação.
Data de abertura: 22 de julho de 2.019 às 10 horas.
Informações: Dep. Licitação – Praça Juca Novaes, nº 1.169, Fone/Fax (14) 3711-2500 – Ramal 216 – www.avare.sp.gov.br – Prefeitura da Estância Turística de Avaré, 05 de julho de 2.019 – Cristiane Aparecida Santos – Pregoeira.
HOMOLOGAÇÃO PREGÃO ELETRÔNICO
Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal de Saúde da Estância Turística de Avaré, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto Municipal nº 4.813/17 e conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa ROMA COMERCIAL LTDA ME, responsável pelo registro de preços para eventual aquisição de saco plástico para todas as Unidades de Saúde Bucal, relativa ao Pregão Eletrônico nº 035/19 – Processo nº 137/19. Homologado em: 03/07/2.019
Joselyr Benedito Costa Silvestre – Prefeito da Estância Turística de Avaré do Estado de São Paulo, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei, conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa SANIMED PRODUTOS HOSPITALARES EIRELI, responsável pelo registro de preços para eventual aquisição de cobertores para Fundo Social de Solidariedade, relativa ao Pregão Eletrônico nº 041/19 – Processo nº 156/19. Homologado em: 05/07/2019
HOMOLOGAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL
Josiane Aparecida Lopes de Medeiros – Secretária Municipal de Educação da Estância Turística de Avaré, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto nº 4.813/17, conforme o disposto no artigo 43, VI da Lei nº 8.666/93 c/c Lei 10.520/02 HOMOLOGA a empresa EXCELER SOLUÇÕES LTDA EPP objetivando a aquisição de camisetas para alunos da rede municipal que participam da formatura da PROERD - relativa ao Pregão Presencial nº 066/19 – Processo nº 153/19 - Homologado em: 27/06/2019.
EXTRATO DE ATA DE REGISTRO PREGÃO ELETRÔNICO
Modalidade: Pregão Eletrônico nº 035/19 – Processo nº 137/19
Órgão Gerenciador: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Detentora: ROMA COMERCIAL LTDA ME
Objeto: Registro de preços para eventual aquisição de saco plástico para todas as Unidades de Saúde Bucal
Valor Global: R$ 18.400,00 (Dezoito mil e quatrocentos reais)
Data da Assinatura da Ata de Registro de Preços. 03/07/2.019
Modalidade: Pregão Eletrônico nº 041/19 – Processo nº 156/19
Órgão Gerenciador: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Detentora: SANIMED PRODUTOS HOSPITALARES EIRELI
Objeto: Registro de preços para eventual aquisição de cobertores para Fundo Social de Solidariedade
Valor Global: R$ 17.100,00 (Dezessete mil, cem reais)
Data da Assinatura da Ata de Registro de Preços. 05/07/2.019
EXTRATO DE CONTRATO PREGÃO PRESENCIAL
Modalidade: Pregão Presencial nº 066/19 – Processo nº 153/19
Contratante: Prefeitura da Estância Turística de Avaré
Contratada: EXCELER SOLUÇÕES LTDA EPP
Objeto: Aquisição de camisetas para alunos da rede municipal que participam da formatura da PROERD
Valor Global: R$ 7.245,00 (sete mil duzentos e quarenta e cinco reais)
Data da Assinatura do Contrato: 27/06/2019
TERMO DE PRORROGAÇÃO
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 003/18 – PROCESSO Nº 224/18 (Contrato nº 260/18), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e a empresa CLÍNICA MARCOS GALATI DE OTORRINOLARINGOLOGIA S/A LTDA, objetivando o credenciamento de empresa para prestação de serviços de consultas na área de otorrinolaringologia, com prorrogação de prazo até 12 de julho de 2.020, no valor global de R$ 60.000,00 (Sessenta mil reais). Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde da Estância Turística de Avaré.
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/18 – PROCESSO Nº 024/18 (Contrato nº 127/18), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e empresa MATSERV COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA EPP, objetivando o fornecimento de materiais, máquinas, equipamentos e mão de obra para execução do término da construção da Unidade do Pronto Atendimento UPA 24 horas – Porte III, com prorrogação do prazo até 31 de agosto de 2.019. Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde da Estância Turística de Avaré.
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 010/18 – PROCESSO Nº 131/18 (Contrato nº 160/18), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e empresa TMK ENGENHARIA S.A., objetivando o fornecimento de materiais, máquinas, equipamentos e mão de obra para execução de pavimentação asfáltica e drenagem pluviais na Avenida Santa Bárbara, com prorrogação do prazo até 06 de setembro de 2.019. Alexandre Leal Nigro – Secretário Municipal de Planejamento e Transportes da Estância Turística de Avaré.
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 013/18 – PROCESSO Nº 269/18 (Contrato nº 415/18), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e empresa MACOR ENGENHARIA, CONSTRUÇÕES E COMÉRCIO LTDA, objetivando o fornecimento de materiais, máquinas, equipamentos e mão de obra para execução da obra de construção de sanitários públicos acessíveis na Praça da CAIC, com prorrogação do prazo até 04 de setembro de 2.019. Alexandre Leal Nigro – Secretário Municipal de Planejamento e Transportes da Estância Turística de Avaré.
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 020/18 – PROCESSO Nº 477/18 (Contrato nº 575/18), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e empresa L. M. LEÃO CONSTRUTORA ME, objetivando o fornecimento de materiais, máquinas, equipamentos e mão de obra para execução da obra de construção de sanitários públicos acessíveis na Praça da CAIC, com prorrogação do prazo até 04 de setembro de 2.019. Alexandre Leal Nigro – Secretário Municipal de Planejamento e Transportes da Estância Turística de Avaré.
Fica PRORROGADO o contrato na modalidade DISPENSA DE LICITAÇÃO Nº 044/17 – PROCESSO Nº 258/17 (Contrato nº 214/17), que faz entre si a Prefeitura da Estância Turística de Avaré e a empresa PARAÍSO EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, objetivando a locação de imóvel na Praça Seme Jubran, nº 980, para instalação da Clínica Veterinária Municipal, com prorrogação de prazo até 02 de julho de 2.020, no valor global de R$ 18.600,00 (Dezoito mil e seiscentos reais). Ronaldo Souza Vilas Boas – Secretário Municipal da Agricultura e Abastecimento da Estância Turística de Avaré.
TERMO DE REVOGAÇÃO
Fica REVOGADO os itens 08, 12, 31 e 35 do PREGÃO ELETRÔNICO Nº 038/19 – PROCESSO Nº 146/19, objetivando o registro de preços para futura aquisição de soluções específicas para todas as Unidades de Saúde, conforme preceitua o artigo 49, primeira parte da Lei 8.666/93 c/c a Súmula 473 do Supremo Tribunal Federal. Revogado em: 27/06/2.019. Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde.
Fica REVOGADA a licitação na modalidade PREGÃO ELETRÔNICO Nº 044/19 – PROCESSO Nº 162/19, objetivando o registro de preços para aquisição futura de material para coleta – Programa Estadual Pró Água, conforme preceitua o artigo 49, primeira parte da Lei 8.666/93 c/c a Súmula 473 do Supremo Tribunal Federal. Revogada em: 02/07/2.019. Roslindo Wilson Machado – Secretário Municipal da Saúde

BANANAL

PREFEITURA MUNICIPAL DE BANANAL

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRONICO Nº 10A/2019. OBJETO: REGISTRO DE PREÇOS PARA AQUISIÇÃO DE MEDICAMENTO PARA USO HOSPITALAR, para atendimento das solicitações administrativas da Secretaria Municipal de Saúde, conforme especificações técnicas constantes do Anexo I, deste edital.. INÍCIO DA DISPUTA DE PREÇO: 22/07/2019 ÀS 10:00 HORAS. ADQUIRA SEUS EDITAIS NOS ENDEREÇOS ELETRÔNICOS: WWW.BBMNET.COM.BR OU WWW.BANANAL.SP.GOV.BR DÚVIDAS. (12)3116-9020 / SETOR DE LICITAÇÕES
PREGÃO ELETRONICO Nº 11A/2019 OBJETO: REGISTRO DE PREÇOS PARA AQUISIÇÃO DE MATERIAL DE CONSUMO HOSPITALAR EM ATENDIMENTO A SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE, conforme as especificações constante do Anexo I – Proposta Comercial, deste Edital. INÍCIO DA DISPUTA DE PREÇO: 26/07/2019 ÀS 10:00 HORAS. ADQUIRA SEUS EDITAIS NOS ENDEREÇOS ELETRÔNICOS: WWW.BBMNET.COM.BR OU WWW.BANANAL.SP.GOV.BR DÚVIDAS. (12)3116-9020 / SETOR DE LICITAÇÕES
PREGÃO ELETRONICO Nº 13/2019 OBJETO: REGISTRO DE PREÇOS PARA UMA EVENTUAL AQUISIÇÃO DE MATERIAL EXPEDIENTE, conforme especificações técnicas constantes do Anexo I deste edital. INÍCIO DA DISPUTA DE PREÇO: 19/07/2019 ÀS 10:00 HORAS. ADQUIRA SEUS EDITAIS NOS ENDEREÇOS ELETRÔNICOS: WWW.BBMNET.COM.BR OU WWW.BANANAL.SP.GOV.BR DÚVIDAS. (12)3116-9020 / SETOR DE LICITAÇÕES

BARÃO DE ANTONINA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARÃO DE ANTONINA

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 029/2019 – PROCESSO Nº 129/2019
REGISTRO DE PREÇOS Nº 015/2019
Encontra - se aberto no Setor de Licitações do Município de Barão de Antonina, o PREGÃO PRESENCIAL nº 029/2019 – REGISTRO DE PREÇOS nº 015/2019 – Processo Licitatório nº 129/2019, do Tipo MENOR PREÇO POR ITEM, para AQUISIÇAO DE CBUQ (CONCRETO BETUMINOSO USINADO A QUENTE) E EMULSÃO ASFÁLTICA PARA REPAROS EM RUAS E ESTRADAS ALFALTADAS DO MUNICÍPIO.
Os documentos referentes ao CREDENCIAMENTO, e os envelopes nº 1 - "PROPOSTA de PREÇO" e nº 2 - "DOCUMENTAÇÃO de HABILITAÇÃO" será recebida pelo Pregoeiro, no Setor de Licitação, na Praça Prefeito Juvenal Domingues de Campos, 68, centro, no prédio da Prefeitura Municipal, até às 08h30min do dia 22 de Julho de 2019 com duração de 30 (trinta) minutos. A sessão pública dirigida pelo Pregoeiro se dará a seguir as 09h00, no mesmo dia e local.
O Edital em inteiro teor estará à disposição dos interessados de 2ª a 6ª feira, das 08h00 às 11h00 e das 13h00 às 17h00, na Praça Prefeito Juvenal Domingues de Campos nº 68, neste município e site www.baraodeantonina.sp.gov.br.
Quaisquer informações poderão ser obtidas no endereço acima, tel: 15 – 35731170 ou e-mail: licitacao@baraodeantonina.sp.gov.br.
Prefeitura Municipal de Barão de Antonina, 05 de Julho de 2019
MARIA ROSA BUENO DE MEIRA
Prefeita Municipal

BARRA BONITA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA BONITA

ATA DE ABERTURA DE ENVELOPE E JULGAMENTO DE PROPOSTA
EDITAL Nº 073/2019 - TOMADA DE PREÇOS Nº 007/2019
OBJETO: Contratação de empresa especializada, devidamente registrada no CREA/CAU, com fornecimento de materiais, mão-de-obra e equipamentos para execução de reurbanização de vias públicas, (canteiro central), localizado na Avenida XV de novembro, neste município, nos exatos temos do projeto, memorial descritivo e planilha orçamentária.
Aos cinco dias do mês de julho de dois mil e dezenove, nesta cidade de Barra Bonita, onde presentes se encontravam os membros da Comissão Permanente de Licitações, sob a presidência do Sr. Benedito Aparecido Destro, foi instalada a sessão de abertura do envelope nº 02 - proposta da empresa habilitada no processo de licitação. Aberto o envelope, procedeu-se então, a classificação da proposta apresentada neste ato, que segue: Empresa: GDS Engenharia e Construções Eireli; Valor da Proposta: R$ 248.370,43; Classificação: 1º. Em seguida, pelo Sr. Presidente da Comissão foi determinado que fossem realizados a devidas publicações de praxe, para os fins de direito, e encaminhado os autos para apreciação do Sr. Prefeito. Benedito Aparecido Destro - Presidente da Comissão Permanente de Licitações.
ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO DE LICITAÇÃO
Tendo em vista o resultado obtido no Pregão Presencial nº 055/2019, cujo objeto é o Pregão Presencial Para Registro de Preços, objetivando o fornecimento de diversos medicamentos, nas especificações e nas quantidades constantes do Anexo I - Proposta de Preço, na data de 01/07/2019, com a presença do Pregoeiro Oficial e da Equipe de Apoio desta Municipalidade, Homologo todo o procedimento, adjudicando o objeto, e autorizo a aquisição da empresa Aglon Comércio e Representações Ltda, itens 08,51,120, no valor total de R$ 14.457,00; empresa Triunfal Marília Comercial Ltda, itens 40,66,79,88,154,161, no valor total de R$ 22.220,00; empresa Dakflim Comercial Ltda, item 100, no valor total de R$ 19.554,00; empresa Lumar Comércio de Produtos Farmacêuticos Ltda, itens 09,117, no valor total de R$ 32.000,00; empresa R.P4 Distribuidora de Medicamentos Ltda, itens 25,30,45,63,67,75,96,105,109,116,122,123, no valor total de R$ 79.647,50; empresa Azulpharma Distribuidora de Medicamentos Ltda – EPP, itens 04,23,42,52,89,102,127, no valor total de R$ 742.895,00; empresa Dupatri Hospitalar Comércio Importação Exportação Ltda, itens 76,126 no valor total de R$ 33.050,00; empresa Med Center Comercial Ltda itens 28,54,78,81, no valor total de R$ 18.382,00, empresa Cristália Produtos Químicos Farmacêuticos Ltda, itens 36,49,50,73,92,94,95,130,141,145,153 no valor total de R$ 84.696,00; empresa RAP Aparecida Comércio de Medicamentos Ltda, itens 06,15,20,21,29,59,62,69,83,91,113,118,142,147,148,152,155,

PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO N. 02
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA
FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
CONCORRÊNCIA N.º 002/2019
EMPRESA: AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA
CNPJ: 09.269.109/0001-01

Fls. Nº 255
C.L FEMA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

C. FEMA
Fls nº 286

I - RACIOCÍNIO BÁSICO

Com base no briefing proposto, desenvolvemos o tema "Vestibular" como referência para exemplificar a competência, argumentos e plano de campanha desenvolvidos pela agência.

Para conseguirmos atingir o objetivo de, em relação ao vestibular do ano passado, gerar um aumento de 20% nas inscrições para o vestibular da FEMA 2020, criamos uma campanha que propõe uma reflexão e direcionamento para a tomada de decisão dos potenciais futuros alunos da instituição, observando, sobretudo, que grande parte dos alunos do ensino médio e de cursinho preparatório para vestibular ainda estão no momento de escolha do que querem para seu futuro profissional.

II - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A campanha se dividirá em 2 etapas. A primeira contará exclusivamente com um filme, a ser veiculado nas redes sociais, em que o público deverá decidir, entre duas opções, qual será o final do filme. O final escolhido será, então, utilizado para ser veiculado na TV aberta, TV fechada e nos meios digitais.
A segunda etapa da campanha se utilizará das mídias convencionais e ações a serem desenvolvidas em Assis e cidades da região, tais como: filme para TV aberta e fechada, outdoor, anúncio de jornal, redes sociais, banner para site, folder com faca especial, inbound marketing, jogo *"Acerte na Escolha"*, ações no shopping e escolas e pulseira personalizada.

III - IDEIA CRIATIVA

Considerando que o universo dos estudantes é cercado de incertezas quanto ao seu futuro profissional e pessoal, assumimos como mote da campanha: "Você escolhe Fema. O mundo escolhe você." A ideia é sensibilizar esses jovens e levá-los ao entendimento de que a escolha correta nesta fase da vida abre portas para um belo futuro. O conceito posiciona a FEMA como uma excelente opção de preparo para as oportunidades que o mercado profissional oferece, reforçando o princípio de que uma boa formação universitária gera boas oportunidades, que o mercado acaba absorvendo talentos e que portas se abrem para os melhores preparados, ou seja: **o mundo escolhe você.**
No título das peças da campanha, foram inseridos "parênteses" no lugar da letra "O" da palavra "ESCOLHE", sugerindo uma prova de múltipla escolha, para reforçar a ideia de que o assunto da campanha é o tema "vestibular".

Etapa 1 – Interação e sensibilização (VER ANEXO 1)
Na segunda quinzena de setembro, um filme será postado nas redes sociais, mostrando as diferentes possibilidades de escolhas que 2 personagens têm na vida. São escolhas simples, mas que evidenciam estilos de vidas opostos. Quando o vídeo se encaminha para o final, será feita uma parada estratégica, seguida da frase: "Qual final você escolhe?". A ideia é motivar as pessoas a clicarem no link do post, para votarem no final do filme que desejariam ver na campanha, ou seja, se querem o final do personagem A ou do personagem B. O final mais votado será o escolhido para

compor o filme a ser veiculado nos canais de TV aberta, fechada, site e redes sociais, aí sim, na sua versão completa.
Desta forma, as pessoas serão sensibilizadas e motivadas para a questão da "escolha", que é a ideia principal abordada na campanha.
O fato das pessoas darem a sua opinião sobre qual final deve ser o escolhido para o filme, demonstra o entendimento da instituição para a questão da democracia e a importância de se ter um ambiente colaborativo, onde as opiniões são ouvidas, respeitadas e, em muitos casos, ampliadas.

Etapa 2 - Campanha (VER ANEXOS DE 2 A 10)
A Campanha terá como foco as escolhas que o mundo oferece, mostrando que a FEMA se posiciona como uma excelente escolha, que prepara e abre portas para o futuro profissional de seus alunos.
A campanha será lançada na própria instituição, com a presença de diretores, professores, alunos, autoridades e imprensa e será explanada com todas as ações da estratégia de comunicação: filme para TV aberta e fechada, outdoor, anúncio de jornal, redes sociais, banner para site, folder com faca especial, inbound marketing, jogo *"Acerte na Escolha"*, ações no shopping e escolas.

IV - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA
Com base no conceito desenvolvido, elaboramos uma estratégia de mídia onde foram elencados os meios mais adequados para atingir o público-alvo. Para isso, definimos a melhor forma de executar cada mídia, de acordo com a verba disponível. Desta forma, atenderemos às necessidades da Instituição no que diz respeito à comunicação da campanha do Vestibular 2020.

Em estudo realizado pela Secretaria de Comunicação Social do governo, os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 sobre hábitos de consumo de mídia pela população brasileira revelam que quase 90% dos brasileiros se informam pela televisão sobre o que acontece no país, sendo que 63% deles têm na TV o principal meio de informação. A internet está em segundo lugar, como meio preferido de 26% dos entrevistados e citada como uma das duas principais fontes de informação por 49% deles. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, 65% dos jovens entre 16 e 25 anos conectam-se todos os dias. Podemos dizer que nosso público-alvo encontra-se em meio às mídias digitais.

Tendo em vista que o cenário atual é marcado pela convergência das mídias, pela tecnologia e pela vasta quantidade de informação em um período cada vez menor, resolvemos alinhar os meios mais adequados para divulgar a campanha de forma impactante, envolvente e que atenda aos objetivos de mídia. São eles:

MÍDIA IMPRESSA – JORNAL, FOLDER

JORNAL
Segundo pesquisas, este veículo de comunicação é considerado fonte confiável, por isso é um veículo muito utilizado pelos anunciantes. Em Assis, essa mídia é bastante acessada pela maioria da população, que por sua vez não abre mão da notícia jornalística, pela segurança e veracidade na informação. O público que consome esse tipo de mídia é composto por pessoas mais velhas e fiéis a esse veículo. Dessa forma,

iremos divulgar a campanha em jornais da cidade e da região, com anúncios focados no conceito e que chamem atenção dos pais, que na maioria das vezes, influenciam e auxiliam o filho com relação aos estudos e planos profissionais.

FOLDER
Esse material nos dá a oportunidade de expor mais informações sobre a FEMA, seus cursos e os benefícios oferecidos aos estudantes. Será entregue em ações no centro da cidade (semáforos) e nas saídas de escolas e nas ações no shopping de Assis. Para despertar ainda mais o interesse de quem recebe, vamos desenvolvê-lo com uma faca especial, com os parênteses vazados na capa, revelando a foto de uma pessoa na parte interna para potencializar ainda mais o conceito de "escolha".

MÍDIA EXTERIOR – OUTDOOR

OUTDOOR
Por ser considerado uma mídia de massa, o outdoor tem um grande impacto na população, e pelas proporções ampliadas que possui, está sempre diretamente relacionado com o conceito de impacto da comunicação. É um dos meios que mais exibe o produto e consegue comunicar a mensagem de forma instantânea. O outdoor se mostra um meio de grande penetração entre os jovens, já que estes transitam muito nas ruas, tendo assim o contato direto com a mídia. Para ampliar o conceito, será utilizado o acabamento de adesivo refletivo nos parênteses, para brilhar no período noturno, quando iluminado pelos faróis dos carros.

MÍDIA ELETRÔNICA – RÁDIO E TV

RÁDIO – SPOT
Segundo dados do IBOPE Media, o rádio foi considerado um veículo ágil, confiável e compreensível pelos ouvintes, alcançando 86% da população brasileira. A principal forma de acesso é por aparelhos de rádio tradicionais e nos veículos, especialmente através da Freqüência Modulada (FM).
O estudo traz ainda análises comportamentais dos ouvintes e constata que a audiência é maior no público jovem, entre 20 e 34 anos, faixa em que o rádio alcança o patamar de 89%, com isso esse veículo se torna um forte aliado na estratégia de mídia.
O rádio atinge os consumidores dos principais ramos de atividade e classes sociais com mais eficiência, e o custo-benefício de seu emprego se mostra mais vantajoso do que outros meios. Devido ao uso da trilha sonora, a mensagem é memorizada com mais facilidade pelo consumidor.
A campanha será divulgada nos principais veículos de Assis e região, contemplando também a rádio da Instituição, a Rádio FEMA, que por ser uma das mais ouvidas entre os adolescentes e estudantes, atinge diretamente o seu público-alvo.

TV
É um meio que possui penetração em quase 100% na população, sendo a principal fonte de informação e o maior veículo para comunicação em massa. Segundo dados do IBGE, os aparelhos de TV estão presentes em 93% dos domicílios brasileiros, o que facilita, em muito, o acesso à informação. Sendo o meio mais utilizado pelas pessoas

quando o assunto é tomar conhecimento de alguma notícia ou promoção, segundo os Instituto Tendências Pesquisas de Mercado a TV lidera com 79% em relação aos outros meios de comunicação. De acordo com a PNT (Painel Nacional de Televisão), em pesquisa feita em outubro 2018, a emissora com maior índice de audiência e melhor percentual de alcance, tendo como público-alvo os alunos do ensino médio, foi a Rede Globo. Dessa forma, teremos como principal veículo para divulgação da campanha a TV Tem, afiliada da Rede Globo em nossa região. Através desse meio vamos divulgar a campanha com o filme produzido no intuito de atingir a população geral. Para potencializar ainda mais o esforço de comunicação, iremos selecionar os programas de TV de acordo com o perfil do público alvo e índice de audiência. Será utilizada também como forma de divulgação a TV da própria Instituição, a TV FEMA, que atinge a população de Assis que possui tv a cabo.

MÍDIAS DIGITAIS – INSTAGRAM/FACEBOOK/SITE/WHATSAPP/INBOUD MARKETING

Atualmente o uso de smartphones para acessar a internet já é maior do que o uso por meio de desktops ou notebooks. Segundo pesquisas do IBOPE 2018, 94,3% dos usuários com acesso a internet via mobile, utilizam o celular para acessar as redes sociais, sendo a mais utilizada o Facebook (90%).

INSTAGRAM

Atualmente, o Instagram é a rede social que mais cresce em todo mundo, atualmente são mais de 1 bilhão de usuários ativos em todo o mundo, informou o próprio Instagram, desses, 50 milhões são usuários brasileiro. A rede social possui uma interface fácil, intuitiva e disponibiliza diferentes efeitos para serem adicionados às fotos e vídeos e compartilhados com os seguidores. Fazendo uso da força desta rede social, serão veiculados anúncios impulsionados e storys da campanha, estimulando os internautas a clicarem no link sugerido, encaminhando-os para a landing page, que tem a finalidade de cadastrar e gerar leads. Esta será a parte do inbound marketing que serve como isca para captar e direcionar os navegadores.

Também serão criadas enquetes no story, sobre escolhas na vida de um estudante, para interação, valorização e fixação do conceito "escolha".

Anúncios também serão feitos com a finalidade de direcionar as pessoas diretamente ao site da Fema para fazerem as inscrições.

FACEBOOK

De acordo com informações da pesquisa feita pela empresa alemã, Statite, em 2018, o Facebook possuia mais de 127 milhões de brasileiros no aplicativo, sendo o terceiro maior país no ranking de usuários do facebook. Desses, 120 milhões de usuários estão ativos no Facebook todos os meses via mobile. Desta forma vamos alinhar os anúncios com o conceito da Campanha, tendo como objetivo gerar mais direcionamentos para a landing page e conseqüentes leads, com uma estratégia similar à que usamos no Instagram.

Posts também serão feitos com a finalidade de direcionar as pessoas diretamente ao site da Fema para fazerem as inscrições.

SITE

Dados da Tendências Pesquisa de Mercado referentes ao mês de Abril/2017 mostram que 48% das pessoas têm o hábito de acessar site de notícias, número este bem

significativo. Portanto, vamos divulgar a campanha através dos sites de notícias local e regional, o Portal Redecity e o Portal G1 Bauru/Marília, que têm uma grande visibilidade e audiência.
O Portal Redecity tem mais de 1,2 milhões de visualizações por mês, não somente para as matérias de cunho jornalístico e informativo, mas também comercial. O site abrange não só a cidade de Assis, mas toda a região, pois tem grande penetração nas cidades de Cândido Mota, Pedrinhas Paulista, Tarumã, Platina, Florínea, Palmital.
O Portal G1 é líder em audiência na categoria notícias. A credibilidade e a agilidade do portal garantem ao anunciante as melhores oportunidades para associação de sua marca. Segundo pesquisas da *ComScore*, *8 em cada 10 pessoas com acesso a* internet, já consumiram algum tipo de informação nos portais do G1.
Com isso, o intuito é colocar banners da Campanha nos sites, que por sua vez, ao serem clicados direcionam o internauta para a página da Fema, onde se pode fazer a inscrição para o vestibular.

WHATSAPP
Desde a introdução do WhatsApp no Brasil, em 2009, o aplicativo de comunicações vem revolucionando o mercado local. Os custos de SMS sempre foram comparativamente altos no Brasil, o que fez com que o WhatsApp fosse bem aceito logo de início.
Com um aumento de 138% dos smartphones, o Brasil ocupa o 4º maior crescimento em dispositivos móveis – a média global é de 115%.
O país mostra um crescimento enorme no uso do WhatsApp com 98% dos usuários de smartphones usando o aplicativo diariamente. Na projeção para 2019, deve contar com 77 milhões de usuários ativos. Com base nestas informações o aplicativo será utilizado para fomentar a campanha para o público interno da instituição, ou seja, professores, colaboradores, alunos, diretoria, parceiros e fornecedores, além de lembrar e estimular os alunos que fizeram a inscrição a irem fazer prova, aumentando o percentual de presença no dia do vestibular.

INBOUND MARKETING
Segundo a Content Trends 2017, empresas que adotam o marketing de conteúdo alcançam 2,2 vezes mais visitas em comparação com as que não fazem uso dele.
Em vez de simplesmente atrair tráfego de pessoas que não tem a mínima possibilidade de fazer a sua inscrição, o conteúdo vai chamar a atenção apenas dos que mostram potencial de inscrição futura.
A ideia é fazer um funil de vendas a partir do uso de Adwords nas redes sociais, e direcionar o público para uma landing page e, neste ambiente, cadastrar e captar os leads necessários para que conteúdos relevantes sejam enviados através de e-mails. Desta maneira é feita a atração de pessoas que realmente se interessam pelo assunto vestibular da Fema, com leads mais qualificados.
Para o cadastro, usaremos de isca um e-book com dicas de como se preparar bem para o vestibular. Em seguida, conteúdos serão enviados aos cadastrados através de e-mails, com o objetivo de aumentar o interesse pelo vestibular Fema, com o intuito de fazer com que inscrições sejam efetivadas.
Na etapa seguinte, após a inscrição feita, conteúdos serão enviados aos inscritos com dicas para o dia do vestibular e lembrando do dia da prova. A proposta é diminuir o número de candidatos que fazem a inscrição mas não fazem a prova.

JUSTIFICATIVA DE NÃO MÍDIA - AÇÕES DIFERENCIADAS

JOGO "ACERTE NA ESCOLHA"
Para que o esforço de comunicação seja mais efetivo, a proposta de ações é de estar próxima do público-alvo, e para isto serão aplicadas em escolas para alunos dos colegiais e cursinhos, e também no shopping de Assis, ambiente costumeiramente freqüentado por alunos da faixa-etária a ser impactada.
As ações seguirão a ideia da *"escolha"*, mote principal da campanha Uma das ações é o jogo *"Acerte na Escolha"*, que será uma estrutura de fácil mobilidade, com um espaço formado pelo parêntese, para que o jovem acerte a bola. Caso acerte, ganhará uma pulseira de silicone com uma mensagem otimista sobre as escolhas da vida. O jogo deverá ser utilizado tanto no shopping quanto nas escolas. O folder será distribuído neste momento.

AÇÕES NO SHOPPING E ESCOLAS
Serão colocados os parênteses, adesivados nas portas automáticas e elevador do shopping, dando a sensação que, ao passarem pelos parênteses, as pessoas são escolhidas. Uma estrutura de PVC no formato de parênteses será colocada no final da escada rolante de subida, onde as pessoas passarão através dela, transmitindo a mensagem de que quem quer subir na vida tem que fazer as melhores escolhas.
Adesivos com os parênteses serão fixados nos espelhos dos banheiros do shopping e de escolas com o head-line da campanha: *"Você escolhe Fema. O mundo escolhe você"*. O folder também será distribuído neste momento.

PULSEIRA DE SILICONE
Serão distribuídas para quem acertar a pontaria no jogo *"Acerte na Escolha"*. Esse tipo de pulseira tem um alto impacto por, normalmente, fazer parte do universo das pessoas que escolhem lutar por uma causa. Neste caso, a ideia é lutar em causa própria, pois será gravado a frase "*escolhi ser vencedor*", estimulando as pessoas a desenvolverem o sentimento de vencedor. A expectativa é criar grupos, tribos que usem a pulseira e que causem o desejo de outros jovens usarem também. O folder também será distribuído neste momento.

SIMULAÇÃO DO PLANO - RESUMO GERAL

A presente campanha terá início na segunda quinzena do mês de setembro de 2019 e encerrar-se-á ao final do período de inscrições ao vestibular da Fema, previsto para o mês de novembro. O objetivo da campanha é o aumento no número de inscritos para o vestibular Fema/2020. Para tanto será utilizada uma mensagem de fácil identificação com o público alvo, por meio de mídias tradicionais, digitais e ações para a geração do recall desejado.

C L FEMA
Fls nº 2927

VERBA DE COMUNICAÇÃO DO BRIEFING REAL E SUA MELHOR APLICAÇÃO

MÍDIA BRIEFING REAL

fema

PROPOSTA DE VEICULAÇÃO
SIMULAÇÃO PLANO DE DISTRUIÇÃO

CIDADE	FORNECEDOR	INSERÇÕES	UNITÁRIO	VALORES ABSOLUTOS	PERCENTUAIS
		MIDIA			
JORNAL					
ASSIS	Jornal de Assis	3 inserções	R$ 1,500.00	R$ 4,500.00	
ASSIS	Correio Assissense	3 inserções	R$ 1,250.00	R$ 3,750.00	
ASSIS	Voz da Terra	3 nserções	R$ 500.00	R$ 1,500.00	
CÂNDIDO MOTA	O Diário do Vale	3 inserções	R$ 1,187.50	R$ 3,562.50	
			TOTAL JORNAIS	R$ 13,312.50	2%
RÁDIO					
ASSIS	Interativa	260 inserções	R$ 12.50	R$ 3,250.00	
ASSIS	Voz do Vale	200 inserções	R$ 15.62	R$ 3,124.00	
ASSIS	Difusora	360 inserções	R$ 21.00	R$ 7,560.00	
ASSIS	Cultura	200 inserções	R$ 6.25	R$ 1,250.00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Radiativa	160 nserções	R$ 18.55	R$ 2,968.00	
CÂNDIDO MOTA	Antena Jovem	160 inserções	R$ 16.87	R$ 2,699.20	
RANCHARIA	Hits FM	130 inserções	R$ 17.50	R$ 2,275.00	
PEDRINHAS PAULISTA	Rádio América	130 inserções	R$ 9.37	R$ 1,218.10	
TARUMÃ	Rádio Panamérica	130 inserções	R$ 4.37	R$ 568.10	
PALMITAL	Rádio Regional	130 inserções	R$ 11.25	R$ 1,462.50	
			TOTAL RÁDIOS	R$ 26,374.90	3%
OUTDOOR					
ASSIS	Vision	12 inserções	R$ 750.00	R$ 9,000.00	
ASSIS	Karony	12 inserções	R$ 750.00	R$ 9,000.00	
CÂNDIDO MOTA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
MARACAÍ	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
PEDRINHAS PAULISTA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
TARUMÃ	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
FLORÍNEA	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
PALMITAL	Karony	1 inserção	R$ 950.00	R$ 950.00	
RANCHARIA	Vip Outdoor	1 inserção	R$ 790.00	R$ 790.00	
			TOTAL OUTDOORS	R$ 25,440.00	3%
TV ABERTA *					
ASSIS E REGIÃO	TV Tem	45 inserções	R$ 120,000.00	R$ 120,000.00	15%
TV FECHADA					
ASSIS E REGIÃO	CANAL 22	30 inserções	R$ 6,000.00	R$ 6,000.00	1%
SITE					
ASSIS	Assiscity	3 meses	R$ 1,500.00	R$ 4,500.00	1%
DIGITAL					
ASSIS E REGIÃO	Facebook/Instagram	40 dias	R$ 15,000.00	R$ 15,000.00	2%
INBOUND MARKETING	RD Station	2 meses	R$ 845.90	R$ 1,691.80	0.20%
PRODUTORA					
ASSIS	OESTE FILMES	1	R$ 50,000.00	R$ 50,000.00	6%
WHATSAPP					
ASSIS E REGIÃO	Web 5	15,000	R$ 3,375.00	R$ 3,375.00	0.40%
			SUBTOTAL	R$ 265,694.20	33%
		NÃO MIDIA			
FOLDER CAMPANHA					
ASSIS	Laser Gráfica	20,000	R$ 1.98	R$ 39,600.00	5%
BRINDE CAMPANHA					
PULSEIRA SILICONE	PromoBrace	1,000	R$ 3.50	R$ 3,500.00	0.38%
AÇÃO CAMPANHA					
JOGO ACERTE NAS ESCOLHAS	Ações Escolas, Shopping, Parques	10 dias	R$ 3,000.00	R$ 3,000.00	0.35%
ADESIVO PARÊNTESES	Shopping, Parques	30 dias	R$ 2,000.00	R$ 2,000.00	0.24%
CAMISETA CAMPANHA					
ASSIS	Pererê	50	R$ 26.73	R$ 1,336.50	0.16%
			SUBTOTAL	R$ 49,436.50	6%
			TOTAL DA VERBA	R$ 315,130.70	39%

VERBA TOTAL DE COMUNICAÇÃO DO BRIEFING REAL E SUA MELHOR APLICAÇÃO

MÍDIA BRIEFING REAL				
	CAMPANHAS		VALORES	PERCENTUAIS
1	Projetos Especiais	R$	35,210.00	4%
2	Divulgação de Processo Seletivo	R$	14,680.00	2%
3	Evento Estudantil	R$	28,260.00	3%
4	Competições Esportivas	R$	12,360.00	2%
5	Ciclos e Debates	R$	9,650.00	1%
6	Palestras	R$	36,450.00	5%
7	Semana Jurídica	R$	12,560.00	2%
8	Semanas Acadêmicas	R$	53,650.00	7%
9	Vestibular Medicina	R$	89,580.00	11%
10	Evento Medicina (Recepção pais e alunos)	R$	47,890.00	6%
11	Campanha Vestibular	R$	315,130.70	39%
12	Institucional da Marca	R$	144,579.30	18%
	Total: Previsão de produção e veiculação	R$	800,000.00	
	Total de Investimento em 12 meses	R$	800,000.00	100%

C L FEMA
Fls nº 2943

VERBA DE COMUNICAÇÃO DO BRIEFING FICTÍCIO E SUA MELHOR APLICAÇÃO

MÍDIA BRIEFING FICTÍCIO

fema

PROPOSTA DE VEICULAÇÃO
SIMULAÇÃO PLANO DE DISTRUIÇÃO

CIDADE	FORNECEDOR	INSERÇÕES	UNITÁRIO	VALORES ABSOLUTOS	PERCENTUAIS
		MÍDIA			
JORNAL					
ASSIS	Jornal de Assis	3 inserções	R$ 1.500,00	R$ 4.500,00	
ASSIS	Correio Assissense	3 inserções	R$ 1.250,00	R$ 3.750,00	
ASSIS	Voz da Terra	3 nserções	R$ 500,00	R$ 1.500,00	
CÂNDIDO MOTA	O Diário do Vale	3 inserções	R$ 1.187,50	R$ 3.562,50	
			TOTAL JORNAIS	R$ 13.312,50	2%
RÁDIO					
ASSIS	Interativa	520 inserções	R$ 12,50	R$ 6.500,00	
ASSIS	Voz do Vale	400 inserções	R$ 15,62	R$ 6.248,00	
ASSIS	Difusora	720 inserções	R$ 21,00	R$ 15.120,00	
ASSIS	Cultura	400 inserções	R$ 6,25	R$ 2.500,00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Radiativa	320 nserções	R$ 18,55	R$ 5.936,00	
CÂNDIDO MOTA	Antena Jovem	320 inserções	R$ 16,87	R$ 5.398,40	
RANCHARIA	Hits FM	260 inserções	R$ 17,50	R$ 4.550,00	
PEDRINHAS PAULISTA	Rádio América	260 inserções	R$ 9,37	R$ 2.436,20	
TARUMÃ	Rádio Panamérica	260 inserções	R$ 4,37	R$ 1.136,20	
PALMITAL	Rádio Regional	260 inserções	R$ 11,25	R$ 2.925,00	
			TOTAL RÁDIOS	R$ 52.749,80	6%
OUTDOOR					
ASSIS	Vision	12 inserções	R$ 750,00	R$ 9.000,00	
ASSIS	Karony	12 inserções	R$ 750,00	R$ 9.000,00	
CÂNDIDO MOTA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
PARAGUAÇU PAULISTA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
MARACAÍ	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
PEDRINHAS PAULISTA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
TARUMÃ	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
FLORÍNEA	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
PALMITAL	Karony	2 inserções	R$ 950,00	R$ 1.900,00	
RANCHARIA	Vip Outdoor	2 inserções	R$ 790,00	R$ 1.580,00	
			TOTAL OUTDOORS	R$ 32.880,00	4%
TV ABERTA					
ASSIS E REGIÃO	TV Tem	180 inserções	R$ 530.000,00	R$ 530.000,00	62%
TV FECHADA					
ASSIS E REGIÃO	CANAL 22	30 inserções	R$ 6.000,00	R$ 6.000,00	1%
SITE					
ASSIS	Assiscity/G1	2 meses	R$ 5.250,00	R$ 10.500,00	1%
DIGITAL					
ASSIS E REGIÃO	Facebook/Instagram	2 meses	R$ 25.000,00	R$ 50.000,00	6%
INBOUND MARKETING	RD Station	2 meses	R$ 846,10	R$ 1.692,20	0,20%
PRODUTORA					
ASSIS	OESTE FILMES	1	R$ 50.000,00	R$ 50.000,00	6%
WHATSAPP					
ASSIS E REGIÃO	Web 5	15.000	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00	0,40%
			SUBTOTAL	R$ 750.509,50	88%
		NÃO MÍDIA			
FOLDER CAMPANHA					
ASSIS	Laser Gráfica	20.000	R$ 1,98	R$ 39.600,00	5%
BRINDES CAMPANHA					
PULSEIRA SILICONE	PromoBrace	1.000	R$ 3,50	R$ 3.500,00	0,41%
AÇÕES CAMPANHA					
JOGO ACERTE NAS ESCOLHAS	Ações Escolas, Shopping, Parques	2 meses	R$ 1.500,00	R$ 3.000,00	0,35%
ADESIVO PARÊNTESES	Shopping, Parques	2 meses	R$ 1.000,00	R$ 2.000,00	0,24%
3					
ASSIS	Pererê	50	R$ 27,81	R$ 1.390,50	0,16%
CRIAÇÃO/ LAYOUT E ARTE FINAL					
ASSIS	Agência Z5	12 meses	R$ 50.000,00	R$ 50.000,00	5,88%
			SUBTOTAL	R$ 99.490,50	12%
			TOTAL DA VERBA	R$ 850.000,00	100%

Assis, 17 de junho de 2019.

Agência de Comunicação Z5 Ltda
CNPJ: 09.269.109/0001-01

André Gustavo Kanthack Paccini
Diretor Executivo Z5 Comunicação

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 295

PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO 02

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

CONCORRÊNCIA N.º 002/2019

EMPRESA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP

CNPJ: 02.436.740/0001-09

RACIOCÍNIO BÁSICO

A Fundação Educacional do Município de Assis, FEMA, é um centro tecnológico com mais de 30 anos de história e atualmente possui cursos superiores reconhecidos pelo Conselho Estadual de Educação (CEE). Seu campus conta com uma ampla infraestrutura com modernos laboratórios onde são realizadas práticas científicas e aprimoramentos profissionais, além de um corpo docente altamente qualificado: 80% de mestres, doutorandos e doutores.

Nos últimos anos, a Fundação se desenvolveu e hoje conta com uma grande quantidade de novos cursos, incluindo o de Medicina, todos muito bem estruturados e prontos para receber alunos de todo o país e intercambistas.

Considerando isso, a Fundação necessita de uma campanha de Processo Seletivo (vestibular) visando evidenciar toda essa estrutura – além da Agência Geração Propaganda, Laboratório de Áudio e Vídeo, Núcleo de Prática Jurídica, FEMA Jr. Consultoria, Laboratórios de Química, Informática, Fotografia e Enfermagem, a comunidade regional pode contar ainda com a TV FEMA e a Rádio FEMA, veículos com perspectivas essencialmente educativas.

A comunicação precisa ser bastante direcionada para seu público-alvo principal, que são os alunos recém-formados ou prestes a se formarem no ensino médio. Seu discurso demanda uma linguagem criativa e atrativa, ao mesmo tempo em que precisa ser direta e concisa, para mostrar de imediato o quanto a faculdade conta com uma ótima estrutura, a grande variedade de cursos reconhecidos, e condições de preços para que todo e qualquer aluno consiga ingressar em seus estudos.

Por fim, o conceito também precisa se comunicar de forma coesa com informações diversas da Instituição, tais como campanhas secundárias, projetos especiais, divulgação de processos seletivos, eventos estudantis, competições esportivas, realizações de ciclos de debates educacionais, palestras, semanas acadêmicas, entre outros.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O objetivo da campanha é reforçar e consolidar a Fema como a melhor opção para o aluno que pensa em se preparar para o mercado profissional.

A maioria dos jovens têm, ao final do ensino médio, a grande decisão sobre qual carreira seguir, muitas começadas logo no ensino superior. Muitos iniciam o ensino superior sem ter a certeza de que fizeram a melhor escolha da Instituição, do curso escolhido e de que caminhos pode seguir profissionalmente no momento em que concluírem o curso.

No conceito de comunicação proposto, visamos apresentar a Instituição como a melhor solução para a nova fase de vida do aluno, com um estilo de comunicação que converse

diretamente com os jovens que cursam o ensino médio e principalmente que seja uma fonte esclarecedora para todas as dúvidas e conflitos que o futuro universitário possa ter. Dessa forma, a ideia é trabalhar conteúdos institucionais que apresentem a Fema, sua história, instalações, corpo docente, projetos, etc, além de conteúdos específicos sobre os principais cursos, buscando esclarecer os caminhos que aquele curso pode oferecer no futuro profissional do aluno, auxiliando assim na escolha da Instituição e curso.

Serão desenvolvidos conteúdos, com foco de divulgação no meio digital, com entrevistas de alunos e egressos da Fema onde eles contarão em que fase da vida estão: ansiosos e com grandes expectativas para começar um curso, estudando e desenvolvendo uma identidade profissional para seguir carreira, começando no mercado de trabalho e descobrindo novas possibilidades de atuação, vivendo a melhor fase de suas vidas profissionais, entre outros.

A campanha será direcionada ao público principal, jovens entre 16 e 25 anos. Acrescentamos o público secundário que são os pais dos alunos, porque têm influência nas decisões de carreira e profissão dos filhos.

A campanha terá duração de 3 meses, no período de agosto a outubro, com grande foco no meio digital, sustentado por mídia TV e ações pontuais nas escolas. Iniciaremos com conteúdo mais informativo, no período que antecede ao período de inscrição, levando informação e podendo ser suporte na escolha do jovem.

As regiões foco de divulgação serão o Médio Paranapanema e o Norte do Paraná. Os meios digitais terão abrangência em toda a região de interesse e maior frequência enquanto a mídia offline será trabalhada em momentos específicos, descritos em detalhes na estratégia de mídia.

IDEIA CRIATIVA

Vestibular Fema. A próxima fase da sua vida.

Existe um intuito que é comum entre todas as pessoas que se inscrevem em vestibulares: evoluir no âmbito estudantil ou profissional. Assim, a conquista de cursar uma faculdade marca uma nova fase na vida do aluno, pois este é o início de uma vida melhor – os estudos possibilitam maiores aprendizados, abertura de novos horizontes e, consequentemente, maiores chances e oportunidades para o desenvolvimento de carreiras de sucesso.

A fase da faculdade é, em tese, uma das mais importantes da vida de uma pessoa. É nela em que se descobrem talentos, desenvolvem habilidades e definem caminhos profissionais que seguirão durante toda a vida. É a fase em que se constrói uma base

para os próximos anos e, para isso, todo investimento é feito com a garantia do retorno por meio da profissão.

O conceito desenvolvido, "A próxima fase da sua vida", comunica exatamente isso. Na Fema, os futuros alunos podem contar com uma estrutura de campus completa, docentes altamente qualificados, grande variedade de cursos e áreas de atuação, entre outras ferramentas que podem fazer desta uma das melhores fases de suas vidas.

Nas artes, propomos utilizar imagens de pessoas que representam essa evolução, do passar das fases, que conseguiram se realizar profissionalmente em suas atuações. As áreas de saúde, comunicação e jurídica ganham destaque por englobarem todos os outros cursos oferecidos, tudo com artes contemporâneas, descontraídas e com cores vibrantes, elementos que atraem a atenção do público-alvo principal formado por recém-formados no ensino médio. As peças, assim, podem ser facilmente desdobradas para qualquer meio, tanto nas peças impressas como nas digitais (redes sociais e mídias programáticas), pois são bastante versáteis, abrangentes e adaptáveis. A paleta de cores utilizada é atual e alinhada com o meio digital, encontrada facilmente na linguagem visual de meios de tecnologia que são muito identificados pelo público.

Peças da Campanha

- Filme de 30" para veiculação em TV e meios digitais
- Jingle / Spot
- Hotsite da campanha
  - Informações gerais sobre o vestibular
  - Conteúdos específicos de cursos
- Cartaz com informações do vestibular para ser distribuído nas escolas
- Flyers para distribuição aos alunos do ensino médio
- Anúncio de jornal
- Outdoor
- Banner
- Faixa
- Conteúdos para meios digitais
  - Filme de 30"
  - Posts estáticos
  - Cápsulas web de até 3'
  - Posts em animação
  - Banners digitais para mídia programática e ações no Google (rede de display)
  - Banners eletrônicos para portais e sites

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Público: Jovens de ambos os sexos de 16 a 25 anos
Público Secundário: Pais dos Alunos
Regiões Foco: Médio Paranapanema e Norte do Paraná
Período da Divulgação: 01/08/2019 a 30/10/2019

As características apresentadas pelo nosso público, sendo o principal jovens de 16 a 24 anos representam quase 15% do universo do alcance da campanha e tem como hábito o consumo de informações no ambiente digital.

Sendo assim, nossa estratégia de mídia está pautada na comunicação 360º com forte alcance no meio digital como cobertura do Norte do Paraná e Médio do Paranapanema, sendo um Universo de aproximadamente 4 milhões de habitantes com 152 municípios.

A mídia de massa estará presente para atingir principalmente o público secundário, formador de opinião e influenciadores que são famílias, especialmente os pais de 30 a 45 anos que tem grande participação no futuro profissional dos filhos.

A divulgação terá uma intensificação maior no lançamento da campanha e a sequência na estratégia é de manutenção e frequência.

Mídia Offline
- TV Aberta
- Rádio
- Jornal
- Outdoor

Mídia Online
- Redes Sociais: Facebook, Instagram e YouTube
- Portais de notícias
- Mídia Programática
- Google: rede de pesquisa e rede de display

Não Mídia
- Cartazes
- Flyer
- Faixa
- Banner

MÍDIA OFFLINE: MEIOS

TV Aberta

Para atingir as regiões indicadas, a proposta é utilizar a TV Aberta Rede Globo Bauru e Londrina, SBT Jaú e Band Paulista de Presidente Prudente para alcançar os municípios do Médio Paranapanema e Norte do Paraná. Em algumas emissoras teremos uma exposição maior em outras regiões que podemos buscar vestibulandos para o curso de Medicina. Este curso tem muitos candidatos interessados e não fica limitado nas proximidades da região da Instituição de ensino Fema.

Mídia X | As chamadas avulsas de 30" tem como objetivo lembrar e intensificar massivamente as datas dos vestibulares da Fema. São programas voltados para o público principal, jovens e alguns programas que envolvem o público secundário, no caso, a família que são grandes influenciadores nas tomadas de decisão na escolha de uma carreira ou de uma Instituição de ensino para estudar.

Outdoor

A cobertura nas principais cidades da região estipulada tem como objetivo reforçar a mensagem do vestibular que terá uma presença digital muito forte. O alcance das placas é para mensagens rápidas e de fácil memorização do conteúdo apresentado.

Trabalharemos com a mídia outdoor durante 2 meses. A veiculação será na 1ª bi-semana de cada mês.

Formato: Placa simples, 9x3m

Rádio

A comunicação voltada para o público jovem tem como objetivo sustentar as chamadas do vestibular para reforço na comunicação. Não é o principal meio da estratégia de mídia, porém o Universo de música e entretenimento tem forte relacionamento com o público jovem.

O formato a ser trabalhado será jingle e spot de 30".

Jornal

Utilizar chamadas no meio para atingir o público secundário na campanha que são os pais dos possíveis vestibulandos. Com uma frequência bem menor, tem como intuito a exposição da campanha para um público influenciador.

O período a ser trabalhado na mídia jornal será de 3 meses, com frequência na primeira semana de cada mês.

Formato: 1 página, color.

MÍDIA ONLINE: MEIOS

Portal de Notícias

Os portais de notícias têm força regional porque transmitem, quase em tempo real, os acontecimentos locais e é uma forma rápida e fácil de se manter informado com notícias da região. A comunicação será em formato de banners e publieditorial.

Esse meio será trabalhado no período de 3 meses.

Google Ads

Campanhas para a rede de pesquisa e rede de display, gerando visibilidade de marca e geração de inscritos para o Vestibular.

Benefícios

- Especificar o público-alvo, demografia, dispositivos e interesses
- Mensurar a campanha
- Keywords relacionadas ao interesse do público
- Controlar o orçamento
- Pagar por clique
- Mensurar o ROI
- Compreender o comportamento do usuário

Estrutura

As Campanhas serão estruturadas da maneira abaixo:

- Conta
- Campanha
- Grupo de Anúncios
- Palavras-chave
- Anúncios

Rede de Pesquisa

O objetivo é geração de inscritos do vestibular. Criaremos campanhas para segmentar pela área de interesse do vestibulando e destaque nos cursos que têm maior concorrência. Cada curso da faculdade terá uma campanha específica que será alimentada por palavras-chave relevantes e cada campanha em média tem de 2 a 4 anúncios e de 10 a 30 palavras-chave.

O tráfego de cada anúncio levará para a página de informação do curso e quando o usuário navegar pelo site, haverá um pop up com uma CTA "Inscreva-se agora" que levará o usuário à página de inscrição.

Rede de Display

O objetivo é gerar visibilidade para marca e para a campanha do vestibular.

Trabalharemos com uma mensagem institucional para gerar mais visibilidade para a marca.

No dia do início das inscrições do vestibular, começamos uma nova campanha usando o mote do vestibular criando visibilidade para esta campanha. O clique no anúncio direciona o usuário para o hotsite do vestibular.

Mídia Programática

Informações de carreiras e quais instituições estudar são levadas em consideração e para a busca dessas informações a internet é um grande aliado.

A proposta da mídia programática é estar presente nos principais portais de comunicação online da região de atuação da faculdade com banners institucionais e de vestibular. Para essa estratégia de mídia direcionaremos o usuário para o hotsite da campanha.

Redes Sociais

Rede social tem a finalidade de relacionar pessoas ou marcas pela web. Dentro da estratégia da campanha o objetivo de utilizar essa mídia é interagir de maneira mais direta com os usuários. Para a campanha em questão utilizaremos as redes sociais abaixo: Facebook, Instagram e YouTube.
Serão gerados conteúdos relevantes com base nos assuntos de interesse, conforme sugestão no mapeamento de conteúdo abaixo:

Mapeamento de conteúdo

- Cursos: conteúdo relacionado aos cursos e possíveis dúvidas dos usuários.
- Dicas: conteúdo voltado para dicas aos vestibulandos. Ex.: Como se preparar para prova, Dicas para organizar o que estudar, etc.
- Quis: conteúdo de provas que já foram aplicadas.
- Memes: conteúdo para gerar um momento de descontração.
- Campanha: conteúdo com a identidade da campanha.

A estratégia será dividida em frentes: Reconhecimento, Consideração e Decisão.

Reconhecimento: Alcance e Reconhecimento da marca.

Consideração: Tráfego, Envolvimento, Geração de Cadastro e Visualizações de vídeo.

Decisão: Conversão (preenchimento do formulário de inscrição).

Facebook

O Facebook bateu a casa dos 2 bilhões de usuários no mundo. Com um enorme potencial para negócios: anúncios pagos, engajamento e um contato direto com sua base de seguidores.

Utilizaremos Posts estáticos, Vídeos e Anúncios Carrossel, conforme detalhamento nas planilhas.

Instagram

É a segunda rede social mais utilizada no Brasil e a mais utilizada entre os jovens. Tem um **crescimento de 23% ao ano**, mais do que o dobro de crescimento das outras redes sociais.
O Instagram permite mostrar de maneira mais real o dia a dia do universitário. Utilizaremos Posts, Vídeos e Stories, conforme detalhamento nas planilhas de mídia.

YouTube

É a rede social de vídeos mais utilizada no mundo. 95% da população brasileira online acessa a plataforma pelo menos 1 vez por mês. Segundo a fonte Internet Trends 2019, 27% da população mundial acessa a plataforma mais de uma vez por dia.

Pensando em alcançar o público-alvo, utilizaremos os vídeos da campanha, além de 2 a 4 vídeos com explicações sobre as principais dúvidas que os vestibulandos enfrentam, além de dicas de carreira e oportunidades.

SMS

90% dos SMS são lidos em 3 minutos após o recebimento, pois provoca uma proximidade com o usuário.

Utilizaremos esse meio para criar comunicação direta e disparar mensagens para os vestibulandos e também os já inscritos no decorrer da campanha.

O conteúdo terá como objetivo a captação de matrículas e também a redução do número de "não comparecimento" na data da prova.

Hotsite

Durante o período da campanha, será criado um hotsite especificamente para divulgação do vestibular, dicas aos vestibulandos de como se preparar para as provas, informações sobre a cidade (para alunos que vêm de fora), conteúdos específicos sobre cursos, apresentação da Instituição, etc.

Os conteúdos de redes sociais levam o link para o hotsite da campanha, onde o aluno pode ter todas as informações centralizadas e completas.

<u>NÃO MÍDIA</u>

Cartazes

Serão produzidos cartazes a serem distribuídos em escolas e locais de grande circulação das cidades para divulgação do vestibular e chamar para o hotsite para terem informações mais completas sobre a Instituição e sobre o vestibular.

Flyers

Serão produzidos flyers para distribuição aos alunos do ensino médio, bem como colocados em locais de grande circulação das cidades de interesse, com informações

sobre o vestibular e chamando para visitarem o hotsite para terem informações mais completas sobre a Instituição e sobre o vestibular.

Banners e Faixas

Serão produzidos banners e faixas em locais de grande circulação de pessoas com divulgação do vestibular.

Adesivos frota

Adesivo para frota da Instituição com divulgação do vestibular.

PLANILHAS DE MÍDIA

Serão apresentadas nas planilhas seguintes todo o detalhamento de mídia online e offline:

- Quadro resumo de investimentos de mídia por mês contendo as informações: tipo de mídia, veículo, inserções, formato, GRP e investimento.
- Planilhas com detalhamento mensal de cada mídia e grade de veiculação.

Quest

C. L. FEMA
Fls nº 30 de 36

QUADRO RESUMO AGOSTO

QUADRO RESUMO								
AGOSTO								
	Meio	Formato	Ins	GRP	Imp Dom	Investimento		Total
TV ABERTA	TV | TV Tem Bauru	Midia X - 30"	12	216	1 873 362	R$	37 053,00	R$ 95 643,00
	TV | RPC Globo Londrina	Midia X - 30"	13	199	1 105 765	R$	32 547,00	
	TV | Sbt Central Jaú	Midia X - 30"	3	29	301 374	R$	10 341,00	
	TV | Band Paulista	Midia X - 30"	3	12	236 550	R$	15 702,00	
OOH	OUTDOOR | Karony Assis	Placa - 9x3m	10	62	3 810	R$	7 500,00	R$ 16 084,00
	OUTDOOR | PR Outdoor	Placa - 9x3m	8	16	5 160	R$	8 584,00	
RÁDIOS	RÁDIO | Rádio T Andirá	Spot 30"	171	5 130	5 130 000	R$	12 825,00	R$ 32 586,70
	RÁDIO | Interativa Assis	Spot 30"	171	5 130	77 511 581	R$	2 907,00	
	RÁDIO | Voz do Vale C M	Spot 30"	155	4 650	70 259 036	R$	13 950,00	
	RÁDIO | Ativa P. Paulista	Spot 30"	155	4 650	8 857.413	R$	2 904,70	
JORNAL	JORNAL | Jornal de Assis	Página color	2	2	2.000	R$	2 124,00	R$ 2 124,00
PORTAIS	PORTAL | Assiscity	Banner e publieditorial	2	60	114.289	R$	1 400,00	R$ 3 400,00
	PORTAL | Assisnews	Top banner	1	30	57.145	R$	1 000,00	
	PORTAL | Cidade Jacarazinho	Banner e publieditorial	2	60	77 400	R$	1 000,00	
REDES SOCIAIS	Facebook	Post Estáticos, Post Carrossel e Video	-	-	-	R$	11 500,00	R$ 29 700,00
	Instagram	Post Estático, Stories e Video	-	-	-	R$	5 300,00	
	Youtube	Video 30" e Programetes 3'	-	-	-	R$	12 900,00	
FERRAMENTAS	Google Ads	Rede de Pesquisa e Display	-	-	-		23 500,00	R$ 38 000,00
	Mídia Programática	Display e Video	-	-	-		14 500,00	
MKT MOVEL	SMS		-	-	-		3 000,00	R$ 3.000,00
			708	20.246	165.534.883		-	R$ 220.537,70

C. L. FEMA
Fls nº 3082

QUADRO RESUMO SETEMBRO

	QUADRO RESUMO							
	SETEMBRO							
	Meio	Formato	Ins	GRP	Imp Dom	Investimento	Total	
TV ABERTA	TV | TV Tem Bauru	Mídia X - 30"	13	244	2 116 205	R$ 34 143,00		
	TV | RPC Globo Londrina	Mídia X - 30"	13	190	1 055.822	R$ 32 818,00	R$	84 323,00
	TV | Sbt Central Jaú	Mídia X - 30"	2	19	200 916	R$ 6 894,00		
	TV | Band Paulista	Mídia X - 30"	2	8	157 700	R$ 10 468,00		
OOH	OUTDOOR | Karony Assis	Placa - 9x3m	10	62	3 810	R$ 7.500,00	R$	16 084,00
	OUTDOOR | PR Outdoor	Placa - 9x3m	8	16	5 160	R$ 8.584,00		
RÁDIOS	RÁDIO | Rádio T Andirá	Spot 30"	125	3 750	3 750.000	R$ 9 375,00		
	RÁDIO | Interativa Assis	Spot 30"	105	3 150	47 594 831	R$ 1 785,00	R$	21 264 70
	RÁDIO | Voz do Vale C M	Spot 30"	80	2 400	36 262.728	R$ 7.200,00		
	RÁDIO | Ativa P. Paulista	Spot 30"	155	4 650	8.857 413	R$ 2 904,70		
JORNAL	JORNAL | Jornal de Assis	Página color	2	2	2.000	R$ 2 124,00	R$	2 124 00
PORTAIS	PORTAL | Assiscity	Banner e publieditorial	2	60	114 289	R$ 1 400,00		
	PORTAL | Assisnews	Top banner	1	30	57 145	R$ 1.000,00	R$	3 400 00
	PORTAL | Cidade Jacarezinho	Banner e publieditorial	2	60	77.400	R$ 1 000,00		
REDES SOCIAIS	Facebook	Post Estáticos, Post Carrossel e Video	-	-	-	R$ 8 000,00		
	Instagram	Post Estático, Stories e Video	-	-	-	R$ 3 300,00	R$	31 300 00
	Youtube	Video 30" e Programetes 3'	-	-	-	R$ 20.000,00		
FERRAMENTAS	Google Ads	Rede de Pesquisa e Display	-	-	-	30 300,00	R$	56 350 00
	Mídia Programática	Display e Video	-	-	-	26 050,00		
MKT MOVEL	SMS	160 caracteres	-	-	-	2.625,00	R$	2.625,00
			520	14.642	100.255.417	-	R$	217.470,70

C L FEMA
Fls nº 3097

QUADRO RESUMO OUTUBRO

QUADRO RESUMO								
OUTUBRO								
	Meio	Formato	Ins	GRP	Imp Dom	Investimento		Total
TV ABERTA	TV | TV Tem Bauru	Midia X - 30"	10	190	1 647 864	R$ 26 852,00		
	TV | RPC Globo Londrina	Midia X - 30"	10	147	816 449	R$ 21 601,00		
	TV | Sbt Central Jaú	Midia X - 30"	2	19	200 916	R$ 6 894,00	R$	60 581,00
	TV | Band Paulista	Midia X - 30"	1	4	78 850	R$ 5 234,00		
OOH	OUTDOOR | Karony Assis	Placa - 9x3m	10	62	3.810	R$ 7 500,00		
	OUTDOOR | PR Outdoor	Placa - 9x3m	8	16	5 160	R$ 8 584,00	R$	16 084,00
RÁDIOS	RADIO | Rádio T Andirá	Spot 30"	75	2.250	2 250 000	R$ 5 625,00		
	RADIO | Interativa Assis	Spot 30"	75	2 250	33 996 308	R$ 1 275,00		
	RADIO | Voz do Vale C M	Spot 30"	75	2 250	33 996 308	R$ 6 750,00	R$	15 055,50
	RADIO | Ativa P Paulista	Spot 30"	75	2.250	4.285 845	R$ 1 405,50		
JORNAL	JORNAL | Jornal de Assis	Página color	1	1	1.000	R$ 1.062,00	R$	1.062,00
PORTAIS	PORTAL | Assiscity	Banner e publireditorial	2	60	114 289	R$ 1 400,00		
	PORTAL | Assisnews	Top banner	1	30	57 145	R$ 1.000,00	R$	3.400,00
	PORTAL | Cidade Jacarezinho	Banner e publireditorial	2	60	77 400	R$ 1.000,00		
REDES SOCIAIS	Facebook	Post Estáticos, Post Carrossel e Video	-	-	-	R$ 10 750,00		
	Instagram	Post Estático, Stories e Video	-	-	-	R$ 5 000,00	R$	35 750,00
	Youtube	Video 30" e Programetes 3'	-	-	-	R$ 20.000,00		
FERRAMENTAS	Google Ads	Rede de Pesquisa e Display				30 300,00		
	Midia Programática	Display e Video				26.050,00	R$	56.350,00
MÓVEL	SMS					3.000,00	R$	3.000,00
			347	9.589	77.531.342	-	R$	191.282,50

C L FEMA
Fls nº 310

DETALHAMENTO MÍDIA AGOSTO

Quest

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
TV TEM - BAURU		**Avulsa**		**DTV**		**867.297**	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Tem Notícias 1ªed	seg a sab	12h	30"	2 427,00	0%	2 427,00						1			1			1		
Globo Esporte	seg a sab	12h50	30"	3 082,00	0%	3 082,00								1						1
Jornal Hoje	seg a sab	13h20	30"	2 868,00	0%	2 868,00							1						1	
Caldeirão do Huck	sab	16h	30"	2 429,00	0%	2 429,00														
Altas Horas	sab	10h45	30"	1 917,00	0%	1 917,00										1				
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	2.160,00	0%	2 160,00											1			
Fantástico	dom	21h	30"	8 498,00	0%	8 498,00				1										

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
RPC LONDRINA		**Avulsa**		**DTV**		**556.164**	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0
PTV 1ªed	seg a sab	12h	30"	2 175,00	0%	2 175,00						1				1		1		
Globo Esporte	seg a sab	12h50	30"	2 373,00	0%	2 373,00					1		1		1					
Jornal Hoje	seg a sab	13h20	30"	2 391,00	0%	2 391,00								1					1	
Caldeirão do Huck	sab	16h	30"	1 692,00	0%	1 692,00														
Altas Horas	sab	10h45	30"	1 401,00	0%	1 401,00										1				
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	1.756,00	0%	1 756,00											1			
Fantástico	dom	21h	30"	7 097,00	0%	7 097,00				1										

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
SBT CENTRAL JAÚ		**Avulsa**		**DTV**		**1.035.648**	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
The Norte - Gentili	seg a sex	0h30	30"	3 447,00	0%	3 447,00														

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
BAND PAULISTA		**Avulsa**		**DTV**		**1.900.000**	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Jogo Aberto	seg a sab	11h	30"	5 234,00	0%	5 234,00						1							1	

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
KARONY ASSIS		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**190.482**	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Assis	BI 34	24h	10	750,00	0%	750,00														
Cândido Mota	BI 34	24h	2	750,00	0%	750,00														
Tarumã	BI 34	24h	2	750,00	0%	750,00														
Paraguaçu Paulista	BI 34	24h	2	750,00	0%	750,00														

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q
PR OUTDOOR		**PLACAS 9X3M**		**Impactado**		**129.000**	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jacarezinho	BI 34	24H	2	1.073,00	0%	1 073,00														
Santo Antonio da Platina	BI 34	24H	2	1 073,00	0%	1.073,00														
Cambara	BI 34	24h	2	1 073,00	0%	1 073,00														
Andirá	BI 34	24H	2	1.073,00	0%	1 073,00														

17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**12**	**17,11**	**216**	**1.873.362**	**37.053,00**
															3	21,00	63	546.397	7.281,00
															2	20,00	40	346.919	6.164,00
															3	17,00	51	442.321	8.604,00
1															1	12,00	12	104.076	2.429,00
															1	10,00	10	86.730	1.917,00
															1	21,00	21	182.132	2.160,00
															1	19,00	19	164.786	8.498,00

17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**13**	**16,05**	**198,82**	**1.105.765**	**32.547,00**
															4	14,47	57,88	321.908	8.700,00
															3	15,58	46,74	259.951	7.119,00
															2	14,27	28,54	158.729	4.782,00
1															1	15,19	15,19	84.481	1.692,00
															1	15,57	15,57	86.595	1.401,00
															1	13,85	13,85	77.029	1.756,00
															1	21,05	21,05	117.073	7.097,00

17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	**3**	**9,70**	**29,1**	**301.374**	**10.341,00**
				1		1									3	9,70	29,1	301.374	10.341,00

17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**3**	**4,15**	**12,45**	**236.550**	**15.702,00**
			1												3	4,15	12,45	236.550	15.702,00

17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**10**	**2,00**	**62**	**3.810**	**7.500,00**
															7	8,00	56	106.670	5.250,00
															1	2,00	2	3.810	750,00
															1	2,00	2	3.810	750,00
															1	2,00	2	3.810	750,00

17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**8**	**2,00**	**16**	**5.160**	**8.584,00**
															2	2,00	4	5.160	2.146,00
															2	2,00	4	5.160	2.146,00
															2	2,00	4	5.160	2.146,00
															2	2,00	4	5.160	2.146,00

Quest
comunicação total

AGOSTO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO T ANDIRA 97,5		Avulsa		Impactado		100.000	171	30,00	5130	5.130.000	12.825,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	75,00	0%	75,00	171	30,00	5130	5.130.000	12.825,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO INTERATIVA		Avulsa		Impactado		1.510.947	171	30,00	5130	77.511.581	2.907,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	17,00	0%	17,00	171	30,00	5130	77.511.581	2.907,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO VOZ DO VALE 103,3		Avulsa		Impactado		1.510.947	155	30,00	4650	70.259.036	13.950,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	90,00	0%	90,00	155	30,00	4650	70.259.036	13.950,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO ATIVA		Avulsa		Impactado		190.482	155	30,00	4650	8.857.413	2.904,70
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	18,74	0%	18,74	155	30,00	4650	8.857.413	2.904,70

VEÍCULO	DIA	IMPR.	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
JORNAL DE ASSIS		Avulsa		Impactado		100.000	2	1,00	2	2.000	2.124,00
Página Indeterminada	ter. a dom.	Color	1pg	1.062,00	0%	1.062,00	2	1,00	2	2.000	2.124,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL ASSISCITY				Impactado		190.482	2	30,00	60	114.289	1.400,00
Banners	BI 38	24H	1024x180 pixels	800,00	0%	800,00	1	30,00	30	57.145	800,00
Publieditorial	BI 38	24H	matéria com foto	600,00	0%	600,00	1	30,00	30	57.145	600,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL ASSISNEWS				Impactado		190.482	1	30,00	30	57.145	1.000,00
Top Banner	BI 38	24H	1200x400 pixels	1.000,00	0%	1.000,00	1	30,00	30	57.145	1.000,00

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO				Impactado		129.000	2	30,00	60	77.400	1.000,00
Banner Topo	dom. a sab.	24H	1170x250	500,00	0%	500,00	1	30,00	30	38.700	500,00
Notícia Patrocinada	dom. a sab.	24H	matéria c/ foto	500,00	0%	500,00	1	30,00	30	38.700	500,00

C. L. FEMA
Fls nº 3132

Quest

FACEBOOK

AGOSTO

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	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	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				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	S	S			
				1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	16	-	R$ 11.500,00
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	1								1						1				1						1					1		6	R$ 500,00	R$ 3.000,00
Posts Carrossel	1080 x 1080 px	seg-dom	24h						1							1				1						1					1			1	6	R$ 750,00	R$ 4.500,00
Videos	30"	seg-dom	24h			1									1								1							1					4	R$ 1.000,00	R$ 4.000,00

INSTAGRAM

AGOSTO

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	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	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				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	S	S			
				2	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	17		R$ 5.300,00
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	1				1								1						1				1			1						6	R$ 200,00	R$ 1.200,00
Stories	1080 x 1920 px	seg-dom	24h	1					1				1							1							1					1		1	7	R$ 300,00	R$ 2.100,00
Videos	30"	seg-dom	24h			1									1								1							1					4	R$ 500,00	R$ 2.000,00

YOUTUBE

AGOSTO

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	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	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				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	S	S			
				4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		R$ 12.900,00
Videos	30"	seg-dom	24h															1																	1	R$ 4.500,00	R$ 4.500,00
Programetes	3'	seg-dom	24h															3																	3	R$ 2.800,00	R$ 8.400,00

GOOGLE ADS

AGOSTO

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	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	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				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	S	S			
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13		R$ 23.500,00
Rede de Pesquisa	-	seg-dom	24h															12*																	12	R$ 1.500,00	R$ 18.000,00
Rede de Display	-	seg-dom	24h															1																	1	R$ 5.500,00	R$ 5.500,00

*Contabilizado a quantidade de campanhas

MIDIA PROGRAMATICA

AGOSTO

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	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	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				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	S	S			
				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		R$ 14.500,00
Display	-	seg-dom	24h															1																	1	R$ 8.000,00	R$ 8.000,00
Video	30"	seg-dom	24h															1																	1	R$ 6.500,00	R$ 6.500,00

SMS

AGOSTO

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	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	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				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	S	S			
				1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	8		R$ 3.000,00
Texto	160 caracteres	seg-dom	24h	1				1								1				1					1				1					1	1	8	R$ 375,00	R$ 3.000,00

Cursos | Dicas | Quiz | Memes | Campanha

Rua das Rosas, 100 | Jd. Santa Amélia | 19816 080 | Assis | SP | 18 3302 4740
www.quest.com.br | quest@quest.com.br

THINK BIG

Quest
comunicação total

C.L. FEMA
Fls nº 3143

DETALHAMENTO MÍDIA SETEMBRO

Rua das Rosas, 100 | Jd. Santa Amélia | 19816 080 | Assis | SP | 18 3302 4740
www.quest.com.br | quest@quest.com.br

THINK BIG

Quest
comunicação total

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	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	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
							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	S	S	D	S	X					
TV TEM - BAURU		Avulsa		DTV		867.297	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	17,11	244	2.116.205	34.143,00
Tem Notícias 1ªed	seg. a sab.	12h	30"	2.427,00	0%	2.427,00		1				1				1		1																				4	21,00	84	728.529	9.708,00
Globo Esporte	seg. a sab.	12h50	30"	3.082,00	0%	3.082,00			1						1		1																					4	20,00	80	693.838	12.328,00
Jornal Hoje	seg. a sab.	13h20	30"	2.868,00	0%	2.868,00				1				1					1																			2	17,00	34	294.881	5.736,00
Revista de Sábado	sab.	14h	30"	1.782,00	0%	1.782,00														1																		1	13,00	13	112.749	1.782,00
Caldeirão do Huck	sab.	16h	30"	2.429,00	0%	2.429,00								1																								1	12,00	12	104.076	2.429,00
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	2.160,00	0%	2.160,00																																1	21,00	21	182.132	2.160,00

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	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	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
							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	S	S	D	S	X					
RPC LONDRINA		Avulsa		DTV		556.164	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	16,05	189,84	1.055.822	32.818,00
PTV 1ªed	seg. a sab.	12h	30"	2.175,00	0%	2.175,00		1				1				1		1																				4	14,47	57,88	321.908	8.700,00
Globo Esporte	seg. a sab.	12h50	30"	2.373,00	0%	2.373,00			1						1		1																					4	15,58	62,32	346.601	9.492,00
Jornal Hoje	seg. a sab.	13h20	30"	2.391,00	0%	2.391,00				1				1					1																			2	14,27	28,54	158.729	4.782,00
Caldeirão do Huck	sab.	16h	30"	1.692,00	0%	1.692,00														1																		1	15,19	15,19	84.481	1.692,00
Zero Um	dom.	0h30	30"	1.055,00	0%	1.055,00								1																								1	4,86	4,86	27.030	1.055,00
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	1.756,00	0%	1.756,00																																0	13,85	0	-	-
Fantástico	dom.	21h	30"	7.097,00	0%	7.097,00	1																															1	21,05	21,05	117.073	7.097,00

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	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	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
							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	S	S	D	S	X					
SBT CENTRAL JAÚ		Avulsa		DTV		1.035.648	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	9,70	19,4	200.916	6.894,00
The Noite - Gentali	seg. a sex.	0h30	30"	3.447,00	0%	3.447,00		1				1																										2	9,70	19,4	200.916	6.894,00

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	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	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
							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	S	S	D	S	X					
BAND PAULISTA		Avulsa		DTV		1.900.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	4,15	8,3	157.700	10.468,00
Jogo Aberto	seg. a sab.	11h	30"	5.234,00	0%	5.234,00																		1						1								2	4,15	8,3	157.700	10.468,00

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	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	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
							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	S	S	D	S	X					
KARONY ASSIS		PLACAS 9X3M		Impactado		190.482	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2,00	62	3.810	7.500,00
Assis	Ell 38	24h	10	750,00	0%	750,00																																7	8,00	56	106.670	5.250,00
Cândido Mota	Ell 38	24h	2	750,00	0%	750,00																																1	2,00	2	3.810	750,00
Tarumã	Ell 38	24h	2	750,00	0%	750,00																																1	2,00	2	3.810	750,00
Paraguaçu Paulista	Ell 38	24h	2	750,00	0%	750,00																																1	2,00	2	3.810	750,00

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	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	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
							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	S	S	D	S	X					
PR OUTDOOR		PLACAS 9X3M		Impactado		129.000	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	2,00	16	5.160	8.584,00
Jacarezinho	Ell 38	24h	2	1.073,00	0%	1.073,00																																2	2,00	4	5.160	2.146,00
Santo Antonio da Platina	Ell 38	24h	2	1.073,00	0%	1.073,00																																2	2,00	4	5.160	2.146,00
Cambara	Ell 38	24h	2	1.073,00	0%	1.073,00																																2	2,00	4	5.160	2.146,00
Andirá	Ell 38	24h	2	1.073,00	0%	1.073,00																																2	2,00	4	5.160	2.146,00

Quest
comunicação total

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO T ANDIRA 97,5	Avulsa			Impactado		100.000	125	30,00	3750	3.750.000	9.375,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	75,00	0%	75,00	125	30,00	3750	3.750.000	9.375,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
RÁDIO T ANDIRA 97,5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5
Rotativo Indeterminado	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO INTERATIVA	Avulsa			Impactado		1.510.947	105	30,00	3150	47.594.831	1.785,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	17,00	0%	17,00	105	30,00	3150	47.594.831	1.785,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
RÁDIO INTERATIVA	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0
Rotativo Indeterminado		7		7		7		7		7		7		7		7		7		7		7		7		7		7		7	

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO VOZ DO VALE 103,3	Avulsa			Impactado		1.510.947	80	30,00	2400	36.262.728	7.200,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	90,00	0%	90,00	80	30,00	2400	36.262.728	7.200,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
RÁDIO VOZ DO VALE 103,3	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5
Rotativo Indeterminado	5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO ATIVA	Avulsa			Impactado		190.482	155	30,00	4650	8.857.413	2.904,70
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	18,74	0%	18,74	155	30,00	4650	8.857.413	2.904,70

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	31
	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	S	S	D	S	X
RÁDIO ATIVA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rotativo Indeterminado	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	IMPR.	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
JORNAL DE ASSIS	Avulsa			Impactado		100.000	2	1,00	2	2.000	2.124,00
Página Indeterminada	1er. a dom.	Color	1pg	1.062,00	0%	1.062,00	2	1,00	2	2.000	2.124,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
JORNAL DE ASSIS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Página Indeterminada													1													1					

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL ASSISCITY				Impactado		190.482	2	30,00	60	114.289	1.400,00
Banners	El 38	24h	1024x180 pixels	800,00	0%	800,00	1	30,00	30	57.145	800,00
Publieditorial	El 38	24h	matéria com foto	600,00	0%	600,00	1	30,00	30	57.145	600,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
PORTAL ASSISCITY	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banners																															
Publieditorial																															

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL ASSISNEWS				Impactado		190.482	1	30,00	30	57.145	1.000,00
Top Banner	El 38	24h	1200x400 pixels	1.000,00	0%	1.000,00	1	30,00	30	57.145	1.000,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
PORTAL ASSISNEWS	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Top Banner																															

SETEMBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO				Impactado		129.000	2	30,00	60	77.400	1.000,00
Banner Topo	dom. a sab.	24h	1170x250	500,00	0%	500,00	1	30,00	30	38.700	500,00
Noticia Patrocinada	dom. a sab.	24h	matéria c/ foto	500,00	0%	500,00	1	30,00	30	38.700	500,00

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	31
	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	S	S	D	S	X
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banner Topo																															
Noticia Patrocinada																															

Quest

FACEBOOK

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				10	-	R$ 8.000,00
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	4	R$ 650,00	R$ 2.600,00
Posts Carrossel	1080 x 1080 px	seg-dom	24h	4	R$ 850,00	R$ 3.400,00
Vídeos	30"	seg-dom	24h	2	R$ 1.000,00	R$ 2.000,00

SETEMBRO

	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
	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	S	S	D	S
	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Posts Estáticos					1				1							1								1						
Posts Carrossel		1									1								1											
Vídeos			1																		1						1			

INSTAGRAM

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				11		R$ 3.300,00
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	4	R$ 200,00	R$ 800,00
Stories	1080 x 1920 px	seg-dom	24h	5	R$ 300,00	R$ 1.500,00
Vídeos	30"	seg-dom	24h	2	R$ 500,00	R$ 1.000,00

SETEMBRO

	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
	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	S	S	D	S
	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	1
Posts Estáticos			1							1						1														
Stories				1								1						1					1				1			
Vídeos									1														1							1

YOUTUBE

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				4		R$ 20.000,00
Vídeos	30"	seg-dom	24h	1	R$ 8.000,00	R$ 8.000,00
Programetes	3'	seg-dom	24h	3	R$ 4.000,00	R$ 12.000,00

SETEMBRO

	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
	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	S	S	D	S
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vídeos															1															
Programetes															3															

GOOGLE ADS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				13		R$ 30.300,00
Rede de Pesquisa	-	seg-dom	24h	12	R$ 1.900,00	R$ 22.800,00
Rede de Display	-	seg-dom	24h	1	R$ 7.500,00	R$ 7.500,00

*Contabilizado a quantidade de campanhas

SETEMBRO

	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
	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	S	S	D	S
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rede de Pesquisa															12*															
Rede de Display															1															

MÍDIA PROGRAMÁTICA

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				1		R$ 26.050,00
Display	-	seg-dom	24h	1	R$ 16.500,00	R$ 16.500,00
Vídeo	30"	seg-dom	24h	1	R$ 9.550,00	R$ 9.550,00

SETEMBRO

	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
	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	S	S	D	S
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Display															1															
Vídeo															1															

SMS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				7		R$ 2.625,00
Texto	160 caracteres	seg-dom	24h	7	R$ 375,00	R$ 2.625,00

SETEMBRO

	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
	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	S	S	D	S
	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
Texto	1					1								1				1						1				1				1

Cursos | Dicas | Quiz | Memes | Campanha

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 318

DETALHAMENTO MÍDIA OUTUBRO

Quest
comunicação total

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
TV TEM - BAURU		Avulsa		DTV		867.297	10	17,11	190	1.647.864	26.852,00
Tem Noticias 1ªed	seg. a sab.	12h	30"	2.427,00	0%	2.427,00	3	21,00	63	546.597	7.281,00
Globo Esporte	seg. a sab.	12h50	30"	3.082,00	0%	3.082,00	3	20,00	60	520.378	9.246,00
Jornal Hoje	seg. a sab.	13h20	30"	2.868,00	0%	2.868,00	2	17,00	34	294.881	5.736,00
Revista de Sábado	sab.	14h	30"	1.782,00	0%	1.782,00	0	13,00	0	-	-
Caldeirão do Huck	sab.	16h	30"	2.429,00	0%	2.429,00	1	12,00	12	104.076	2.429,00
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	2.160,00	0%	2.160,00	1	21,00	21	182.132	2.160,00

	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
	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
TV TEM - BAURU	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tem Noticias 1ªed		1					1			1																					
Globo Esporte			1						1		1																				
Jornal Hoje				1				1																							
Revista de Sábado																															
Caldeirão do Huck					1																										
Temperatura Máxima						1																									

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RPC LONDRINA		Avulsa		DTV		556.164	10	16,05	146,8	816.449	21.601,00
PTV 1ªed	seg. a sab.	12h	30"	2.175,00	0%	2.175,00	3	14,47	43,41	241.431	6.525,00
Globo Esporte	seg. a sab.	12h50	30"	2.373,00	0%	2.373,00	2	15,58	31,16	173.301	4.746,00
Jornal Hoje	seg. a sab.	13h20	30"	2.391,00	0%	2.391,00	3	14,27	42,81	238.094	7.173,00
Altas Horas	sab.	10h45	30"	1.401,00	0%	1.401,00	1	15,57	15,57	86.595	1.401,00
Temperatura Máxima	dom.	14h05	30"	1.756,00	0%	1.756,00	1	13,85	13,85	77.029	1.756,00

	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
	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
RPC LONDRINA	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PTV 1ªed		1					1			1																					
Globo Esporte			1						1																						
Jornal Hoje				1				1			1																				
Altas Horas					1																										
Temperatura Máxima						1																									

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
SBT CENTRAL JAÚ		Avulsa		DTV		1.035.648	2	9,70	19,4	200.916	6.894,00
The Noite - Gentili	seg. a sex.	0h30	30"	3.447,00	0%	3.447,00	2	9,70	19,4	200.916	6.894,00

	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
	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
SBT CENTRAL JAÚ	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
The Noite - Gentili		1		1																											

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
BAND PAULISTA		Avulsa		DTV		1.900.000	1	4,15	4,15	78.850	5.234,00
Jogo Aberto	seg. a sab.	11h	30"	5.234,00	0%	5.234,00	1	4,15	4,15	78.850	5.234,00

	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
	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
BAND PAULISTA	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jogo Aberto		1																													

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
KARONY ASSIS		PLACAS 9X3M		Impactado		190.482	10	2,00	62	3.810	7.500,00
Assis	BI 42	24H	10	750,00	0%	750,00	7	8,00	56	106.670	5.250,00
Cândido Mota	BI 42	24H	2	750,00	0%	750,00	1	2,00	2	3.810	750,00
Tarumã	BI 42	24h	2	750,00	0%	750,00	1	2,00	2	3.810	750,00
Paraguaçu Paulista	BI 42	24H	2	750,00	0%	750,00	1	2,00	2	3.810	750,00

	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
	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
KARONY ASSIS	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	QUANTIDADE PLACAS	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PR OUTDOOR		PLACAS 9X3M		Impactado		129.000	8	2,00	16	5.160	8.584,00
Jacarezinho	BI 42	24H	2	1.073,00	0%	1.073,00	2	2,00	4	5.160	2.146,00
Santo Antonio da Platina	BI 42	24H	2	1.073,00	0%	1.073,00	2	2,00	4	5.160	2.146,00
Cambara	BI 42	24h	2	1.073,00	0%	1.073,00	2	2,00	4	5.160	2.146,00
Andirá	BI 42	24H	2	1.073,00	0%	1.073,00	2	2,00	4	5.160	2.146,00

	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
	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
PR OUTDOOR	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Rua das Rosas, 100 | Jd. Santa Amelia | 19816 080 | Assis | SP | 18 3302 4740
www.quest.com.br | quest@quest.com.br

THINK BIG

Quest
comunicação total

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO T ANDIRA 97,5		Avulsa		Impactado		100.000	75	30,00	2250	2.250.000	5.625,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	75,00	0%	75,00	75	30,00	2250	2.250.000	5.625,00

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	31
	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
RÁDIO T ANDIRA 97,5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rotativo Indeterminado	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5																

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO INTERATIVA		Avulsa		Impactado		1.510.947	75	30,00	2250	33.996.308	1.275,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	17,00	0%	17,00	75	30,00	2250	33.996.308	1.275,00

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	31
	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
RÁDIO INTERATIVA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rotativo Indeterminado	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5																

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO VOZ DO VALE		Avulsa		Impactado		1.510.947	75	30,00	2250	33.996.308	6.750,00
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	90,00	0%	90,00	75	30,00	2250	33.996.308	6.750,00

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	31
	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
RÁDIO VOZ DO VALE	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rotativo Indeterminado	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5																

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
RÁDIO ATIVA		Avulsa		Impactado		190.482	75	30,00	2250	4.285.845	1.405,50
Rotativo Indeterminado	dom. a sáb.	0h a 23h	30"	18,74	0%	18,74	75	30,00	2250	4.285.845	1.405,50

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	31
	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
RÁDIO ATIVA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rotativo Indeterminado	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5																

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	IMPR.	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
JORNAL DE ASSIS		Avulsa		Impactado		100.000	1	1,00	1	1.000	1.062,00
Página Indeterminada	ter. a dom.	Color	1pg	1.062,00	0%	1.062,00	1	1,00	1	1.000	1.062,00

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	31
	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
JORNAL DE ASSIS	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Página Indeterminada					1																										

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL ASSISCITY				Impactado		190.482	2	30,00	60	114.289	1.400,00
Banners	BI 38	24H	1024x180 pixels	800,00	0%	800,00	1	30,00	30	57.145	800,00
Publieditorial	BI 38	24H	matéria com foto	600,00	0%	600,00	1	30,00	30	57.145	600,00

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	31
	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
PORTAL ASSISCITY	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banners																															
Publieditorial																															

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL ASSISNEWS				Impactado		190.482	1	30,00	30	57.145	1.000,00
Top Banner	BI 38	24H	1200x400 pixels	1.000,00	0%	1.000,00	1	30,00	30	57.145	1.000,00

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	31
	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
PORTAL ASSISNEWS	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Top Banner																															

OUTUBRO

VEÍCULO	DIA	HORÁRIO	FORM	CUSTO UNITÁRIO	DESC	CUSTO NEGOCIADO	INS.	AUD DOM	GRP	IMP. DOM.	CUSTO TOTAL
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO				Impactado		129.000	2	30,00	60	77.400	1.000,00
Banner Topo	dom. a sab	24H	1170x250	500,00	0%	500,00	1	30,00	30	38.700	500,00
Notícia Patrocinada	dom. a sab	24H	matéria c/ foto	500,00	0%	500,00	1	30,00	30	38.700	500,00

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	31
	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
PORTAL DA CIDADE JACAREZINHO	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banner Topo																															
Notícia Patrocinada																															

Rua das Rosas, 100 | Jd. Santa Amélia | 19816 080 | Assis | SP | 18 3302 4740
www.quest.com.br | quest@quest.com.br

THINK BIG

Quest
comunicação total

FACEBOOK

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				15	-	R$ 10.750,00
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	6	R$ 500,00	R$ 3.000,00
Posts Carrossel	1080 x 1080 px	seg-dom	24h	5	R$ 750,00	R$ 3.750,00
Vídeos	30"	seg-dom	24h	4	R$ 1.000,00	R$ 4.000,00

OUTUBRO

	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
	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
	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1
Posts Estáticos				1					1									1							1					1	1
Posts Carrossel	1												1			1					1						1				
Vídeos			1											1									1						1		

INSTAGRAM

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				16		R$ 5.000,00
Posts Estáticos	800 x 800 px	seg-dom	24h	6	R$ 200,00	R$ 1.200,00
Stories	1080 x 1920 px	seg-dom	24h	6	R$ 300,00	R$ 1.800,00
Vídeos	30"	seg-dom	24h	4	R$ 500,00	R$ 2.000,00

OUTUBRO

	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
	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
	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	2	2
Posts Estáticos				1					1									1							1					1	1
Stories	1						1						1								1									1	1
Vídeos			1											1									1						1		

YOUTUBE

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				4		R$ 20.000,00
Vídeos	30"	seg-dom	24h	1	R$ 8.000,00	R$ 8.000,00
Programetes	3'	seg-dom	24h	3	R$ 4.000,00	R$ 12.000,00

OUTUBRO

	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
	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
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vídeos																1															
Programetes																3															

GOOGLE ADS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				13		R$ 30.300,00
Rede de Pesquisa	-	seg-dom	24h	12	R$ 1.900,00	R$ 22.800,00
Rede de Display	-	seg-dom	24h	1	R$ 7.500,00	R$ 7.500,00

*Contabilizado a quantidade de campanhas

OUTUBRO

	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
	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
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rede de Pesquisa																12*															
Rede de Display																1															

MÍDIA PROGRAMÁTICA

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				1		R$ 26.050,00
Display	-	seg-dom	24h	1	R$ 16.500,00	R$ 16.500,00
Vídeo	30"	seg-dom	24h	1	R$ 9.550,00	R$ 9.550,00

OUTUBRO

	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
	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
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Display																1															
Vídeo																1															

SMS

FORMATO	ESPECIFICAÇÕES	DIA	HORÁRIO	INS.	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
				8		R$ 3.000,00
Texto	160 caracteres	seg-dom	24h	8	R$ 375,00	R$ 3.000,00

OUTUBRO

	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
	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
	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1
Texto	1						1					1					1					1				1				1		1

Cursos | Dicas | Quiz | Memes | Campanha

C L FEMA
Fls nº 322

RESUMO DE INVESTIMENTOS

QUADRO RESUMO DE INVESTIMENTOS			
Meio		Total	
TV ABERTA		R$	240.547,00
OUTDOOR		R$	48.252,00
RÁDIO		R$	68.906,90
JORNAL		R$	5.310,00
PORTAL		R$	10.200,00
REDES SOCIAIS		R$	96.750,00
MÍDIA PROGRAMÁTICA E GOOGLE ADS		R$	150.700,00
SMS		R$	8.625,00
TOTAL MÍDIA		**R$**	**629.290,90**
CARTAZES	Formato 29,7x42 - 1000 unidades	R$	1.500,00
FYER	Formato 10x20 - 10 mil unidades	R$	2.500,00
BANNER	Formato 60x90 - 100 unidades	R$	2.500,00
FAIXA	Formato 200X60 - 50 unidades	R$	2.750,00
ADESIVO DE CARRO	Formato 60x40 - 20 unidades	R$	1.200,00
HOTSITE	Programação	R$	4.000,00
JINGLE / SPOT		R$	5.000,00
FILME 30"		R$	60.000,00
CAPSULAS WEB - 10		R$	40.000,00
TOTAL PRODUÇÃO		**R$**	**119.450,00**
CUSTOS INTERNOS AGÊNCIA		R$	50.000,00
TOTAL AGÊNCIA		**R$**	**50.000,00**
TOTAL GERAL		**R$**	**798.740,90**

ADRIANO LUIZ DORINI DE OLIVEIRA / SÓCIO-DIRETOR 15.06.2019

C L FEMA
Fls nº 3243

ATA DA SEGUNDA SESSÃO

REF.: PROCESSO LICITATÓRIO Nº 026/2019 - CONCORRÊNCIA Nº 002/2019- CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

Aos vinte e três dias do mês de julho de dois mil e dezenove, às nove horas e trinta minutos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitações da FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis, em sua sala sita à Avenida Getúlio Vargas, n.º 1200, Assis (SP), com a presença dos membros Senhora Maria Salete Porto Steiger Elias, Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo, Filipe Max de Oliveira Souza, Fernando Miranda Rosa e Felipe Leonardo Miguel Ferreira, sob a presidência da primeira nomeada, para cotejar as vias não identificadas (invólucro n.º 1) com as vias identificadas (invólucro n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, elaborar planilha com as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, referentes aos invólucros n.º 01 e 03, e proclamar o resultado do julgamento das Propostas técnicas. Compareceram à reunião os Representantes das seguintes licitantes: 1) AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME - André Gustavo Kanthack Paccini; 2) QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - Carolina Tomiko Yazlle Maciel, confirmado o credenciamento. Ato contínuo, a Presidente da Comissão distribuiu aos presentes cópias dos documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, referentes aos invólucros n.º 01 e 03 contendo: atas de julgamento, planilhas com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram. Em seguida foi apresentado a cada um dos invólucros n.º 02 aos Representantes das Licitantes para que verificassem que se encontravam fechados e rubricados no fecho. Foi aberto os invólucros n.º 02 iniciando em seguida os procedimentos para a identificação das Propostas, mediante cotejo entre a primeira página da via

identificada com a primeira página da via não identificada de cada Plano de Comunicação. À medida que foi sendo identificada cada Proposta as notas referentes aos invólucros de números 01 e 03, foram lançadas em planilhas as quais seguem em anexo, dando - se ampla publicidade e acesso a todos os licitantes. As licitantes classificadas para etapa seguinte do certame foram as seguintes: AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME, com nota final de 93,50 (noventa e três vírgula cinquenta pontos) e QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, com nota final de 83,00 (oitenta e três pontos). Em seguida, a Presidente da Comissão informou que com a presente proclamação do resultado do julgamento das propostas técnicas fica aberto o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos conforme subitem 13.1. do Edital, estando franqueado vista do processo no prazo recursal. Transcorrido o prazo sem interposição de recurso, fica definida data de 06/08/2019 (seis dias do mês de agosto de dois mil e dezenove), às 09h30m (nove horas e trinta minutos), neste mesmo local, para abertura da terceira sessão, ficando as licitantes desde já intimadas. Nada Mais havendo a registrar a presidente da Comissão Permanente de Licitação encerrou a segunda sessão, da qual foi lavrada a presente ata, que segue assinada pelos presentes.

A Comissão:

Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente

Juliana Rodrigues Vieira Pedrolongo
Secretária

Fernando Miranda Rosa
Membro

Filipe Max de Oliveira Souza
Membro

Felipe Leonardo Miguel Ferreira
Membro

C. L. FEMA
Fls nº 3263

Representantes:

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME.
ANDRÉ GUSTAVO KANTHACK PACCINI

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA
CAROLINA TOMIKO YAZLLE MACIEL

Planilha Somatória - Proposta Técnica

NOME DA EMPRESA: AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME		
Invólucro nº 1		
Julgador: ANA LUISA ANTUNES DIAS	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	9	**10**
Estratégia de Comunicação	19	**20**
Ideia Criativa	9	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	**25**
TOTAL	**62**	**65**

Julgador: GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	10	**10**
Estratégia de Comunicação	20	**20**
Ideia Criativa	10	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	23	**25**
TOTAL	**63**	**65**

Julgador: PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	9	**10**
Estratégia de Comunicação	18	**20**
Ideia Criativa	9	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	**25**
TOTAL	**61**	**65**

Julgador: LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	9	**10**
Estratégia de Comunicação	18	**20**
Ideia Criativa	10	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	24	**25**
TOTAL	**61**	**65**

Julgador: NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	10	**10**
Estratégia de Comunicação	18	**20**
Ideia Criativa	9	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	24	**25**
TOTAL	**61**	**65**

Julgador: PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	8	**10**
Estratégia de Comunicação	19	**20**
Ideia Criativa	9	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	24	**25**

TOTAL	**60**	**65**

Invólucro nº 3	**nome da agência**	
Julgador: ANA LUISA ANTUNES DIAS	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	13,5	15
Repertório	10	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	9	10
TOTAL	**32,5**	**35**

Invólucro nº 3	**nome da agência**	
Julgador: GISELE M. SILVEIRA CONSTANTINO	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	14	15
Repertório	9	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	9	10
TOTAL	**32**	**35**

Invólucro nº 3	**nome da agência**	
Julgador: PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	14	15
Repertório	9,5	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	10	10
TOTAL	**33,5**	**35**

Invólucro nº 3	**nome da agência**	
Julgador: LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	13,5	15
Repertório	9	10

Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	10	10
TOTAL	**32,5**	**35**

Invólucro nº 3	**nome da agência**	
Julgador: NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	13	15
Repertório	9	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	8,5	10
TOTAL	**30,5**	**35**

Invólucro nº 3	**nome da agência**	
Julgador: PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	14	15
Repertório	9	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	9	10
TOTAL	32	**35**

EMPRESA:	
Somatória Total	561
Nota Técnica	**93,50**

FMR

Planilha Somatória - Proposta Técnica		
NOME DA EMPRESA: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA		
Invólucro nº 1		
Julgador: ANA LUISA ANTUNES DIAS	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	7	**10**
Estratégia de Comunicação	15	**20**
Ideia Criativa	7	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	23	**25**
TOTAL	**52**	**65**

Julgador: GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	7	**10**
Estratégia de Comunicação	12	**20**
Ideia Criativa	7	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	22	**25**
TOTAL	**48**	**65**

Julgador: PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	5	**10**
Estratégia de Comunicação	10	**20**
Ideia Criativa	5	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	**25**
TOTAL	**45**	**65**

Julgador: LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	7	**10**
Estratégia de Comunicação	15	**20**
Ideia Criativa	8	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	19	**25**
TOTAL	**49**	**65**

Julgador: NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR	**Notas**	**Nota máxima**
Raciocínio Básico	7	**10**
Estratégia de Comunicação	17	**20**
Ideia Criativa	7	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	18	**25**
TOTAL	**49**	**65**

Julgador: PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS	Notas	Nota máxima
Raciocínio Básico	7	**10**
Estratégia de Comunicação	16	**20**
Ideia Criativa	6	**10**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	23	**25**
TOTAL	**52**	**65**

Invólucro nº 3	nome da empresa	
Julgador: ANA LUISA ANTUNES DIAS	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	15	15
Repertório	10	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	9	10
TOTAL	**34**	**35**

Invólucro nº 3	nome da empresa	
Julgador: GISELE M. SILVEIRA CONSTANTINO	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	15	15
Repertório	9	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	10	10
TOTAL	**34**	**35**

Invólucro nº 3	nome da empresa	
Julgador: PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	15	15
Repertório	10	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	8,5	10
TOTAL	**33,5**	**35**

Invólucro nº 3	nome da empresa	
Julgador: LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	15	15
Repertório	10	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	9,5	10
TOTAL	**34,5**	**35**

Invólucro nº 3	nome da empresa	
Julgador: NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	15	15
Repertório	10	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	9	10
TOTAL	**34**	**35**

Invólucro nº 3	nome da empresa	
Julgador: PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS	**Notas**	**Nota máxima**
Capacidade de Atendimento	15	15
Repertório	9,5	10
Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação	8,5	10
TOTAL	**33**	**35**

EMPRESA:	
Somatória Total	498
Nota Técnica	**83,00**

C L FEMA
Fls nº 3332

156.400,0000; Lote: 20 - Quant 12 meses: 1.000 Vlr Unit registrado: 8,2180 Total Reg: 8.218,0000; Lote: 21 - Quant 12 meses: 50 Vlr Unit registrado: 5,5000 Total Reg: 275,0000; Lote: 24 - Quant 12 meses: 30.000 Vlr Unit registrado: 0,5500 Total Reg: 16.500,0000; Lote: 25 - Quant 12 meses: 30.000 Vlr Unit registrado: 10,0000 Total Reg: 300.000,0000; Lote: 27 - Quant 12 meses: 200 Vlr Unit registrado: 6,0000 Total Reg: 1.200,0000; Lote: 28 - Quant 12 meses: 5.000 Vlr Unit registrado: 0,7800 Total Reg: 3.900,0000; Lote: 30 - Quant 12 meses: 300 Vlr Unit registrado: 4,5100 Total Reg: 1.353,0000; Lote: 35 - Quant 12 meses: 2.500 Vlr Unit registrado: 0,5800 Total Reg: 1.450,0000; Lote: 38 - Quant 12 meses: 500 Vlr Unit registrado: 8,3700 Total Reg: 4.185,0000; DROGAFONTE LTDA CNPJ08.778.201/0001-26 Lote: 37 - Quant 12 meses: 2.000 Vlr Unit registrado: 3,3483 Total Reg: 6.696,6000; ATONS DO BRASIL DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS HOSPITAL CNPJ09.192.829/0001-08 Lote: 10 - Quant 12 meses: 1.000 Vlr Unit registrado: 39,8990 Total Reg: 39.899,0000; Lote: 15 - Quant 12 meses: 4.000 Vlr Unit registrado: 0,1750 Total Reg: 700,0000; NDS DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS LTDA CNPJ11.034.934/0001-60 Lote: 1 - Quant 12 meses: 6.000 Vlr Unit registrado: 1,0998 Total Reg: 6.598,8000; Lote: 3 - Quant 12 meses: 8.000 Vlr Unit registrado: 0,1975 Total Reg: 1.580,0000; Lote: 22 - Quant 12 meses: 1.300.000 Vlr Unit registrado: 0,1900 Total Reg: 247.000,0000; FRAGNARI DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS LTDA. EPP CNPJ14.271.474/0001-82 Lote: 2 - Quant 12 meses: 15.000 Vlr Unit registrado: 0,0270 Total Reg: 405,0000; Lote: 11 - Quant 12 meses: 150 Vlr Unit registrado: 1,9900 Total Reg: 298,5000; Lote: 19 - Quant 12 meses: 5.000 Vlr Unit registrado: 0,3500 Total Reg: 1.750,0000; Lote: 31 - Quant 12 meses: 500 Vlr Unit registrado: 3,5900 Total Reg: 1.795,0000; AGIL DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS LTDA CNPJ20.590.555/0001-48 Lote: 4 - Quant 12 meses: 60.000 Vlr Unit registrado: 0,1000 Total Reg: 6.000,0000; Lote: 5 - Quant 12 meses: 40.000 Vlr Unit registrado: 0,0586 Total Reg: 2.744,0000; Lote: 26 - Quant 12 meses: 800.000 Vlr Unit registrado: 0,4125 Total Reg: 330.000,0000; KENAN MEDICAMENTOS LTDA - ME CNPJ21.257.684/0001-81 Lote: 8 - Quant 12 meses: 3.000 Vlr Unit registrado: 0,4550 Total Reg: 1.365,0000; CRISTALIA PRODUTOS QUIMICOS FARMACEUTICOS LTDA. CNPJ44.734.671/0001-51 Lote: 6 - Quant 12 meses: 10.000 Vlr Unit registrado: 8,1000 Total Reg: 81.000,0000; UNIÃO QUIMICA FARMACEUTICA NACIONAL S.A. CNPJ60.665.981/0009-75 Lote: 7 - Quant 12 meses: 100.000 Vlr Unit registrado: 1,1000 Total Reg: 110.000,0000; BH FARMA COMERCIO LTDA NPJ42.799.163/0001-26 Lote: 9 - Quant 12 meses: 7.000 Vlr Unit registrado: 2,2857 Total Reg: 15.999,9000; MIRANDA & GEORGINI LTDA CNPJ10.596.721/0001-60 Lote: 29 - Quant 12 meses: 15.000 Vlr Unit registrado: 2,8279 Total Reg: 42.418,5000;

Araraquara, 23 de julho de 2019

ELIANA APARECIDA MORI HONAIN - Secretária de Saúde

SECRETARIA DA ADMINISTRAÇÃO

COORDENADORIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO

GERÊNCIA DE LICITAÇÃO E CONTRATOS

Paço Municipal – Rua São Bento, 840 – centro – Cep.14.801.901 – Fone: (16) 3301-5116 Site: www.araraquara.sp.gov.br E-mail: edital@araraquara.sp.gov.br.

AVISO DE LICITAÇÃO

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PUBLICA nº 003/2019 - Processo nº 3417/2019.

ENTREGA DOS ENVELOPES: Até as 10:30 horas do dia 26 de AGOSTO de 2019.

ABERTURA: 10:30 horas do dia 26 de AGOSTO de 2019

OBJETO: "CONCESSÃO ONEROSA DOS SERVIÇOS PUBLICOS DE ADMINISTRAÇÃO, REMOÇÃO, TRANSPORTE E GUARDA DE CARCAÇAS DE VEÍCULOS ABANDONADOS EM VIAS PÚBLICAS E INFRATORES À LEGISLAÇÃO DE TRÂNSITO, INCLUINDO A GESTÃO POR CENTRO DE CONTROLE OPERACIONAL MUNIDO DE SISTEMA INFORMATIZADO POR SOFTWARE PARA GESTÃO DOS VEÍCULOS APREENDIDOS, CENTRAL DE MONITORAMENTO POR CÂMERAS, RASTREABILIDADE DOS VEÍCULOS GUINCHO E PREPARAÇÃO, PLANEJAMENTO, AVALIAÇÃO TÉCNICA, ORGANIZAÇÃO E APOIO AO PODER PÚBLICO PARA REALIZAÇÃO DE LEILÕES DE VEICULOS, regida pelas normas contidas na Lei Federal nº 8.666 de 21/06/1993, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei Complementar nº 147, de 7 de agosto de 2014, e na Lei Federal nº 8987 de 13/02/1995 e alterações posteriores, LEI MUNICIPAL Nº 9.166, DE 25 DE JANEIRO DE 2018 e demais normas pertinentes."

TIPO DE LICITAÇÃO: Maior Oferta;

RETIRADA DO EDITAL: PARA MAIORES INFORMAÇÕES, RETIRAR O EDITAL COMPLETO ATRAVÉS DO SITE http://www.araraquara.sp.gov.br/transparencia/licitacoes/.

Araraquara, 24 de julho de 2019.

JULIANA PICOLI AGATTE - Secretária de Gestão e Finanças

SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO E FINANÇAS

GERÊNCIA DE LICITAÇÃO E CONTRATOS

Rua São Bento, 840 – Centro – CEP 14.801-901 - Tel: (16)3301-5116

Site: www.araraquara.sp.gov.br E-mail: editais@araraquara.sp.gov.br.

AVISO DE REPUBLICAÇÃO DE LICITAÇÃO

MODALIDADE: PREGÃO PRESENCIAL nº 040/2019 - PROCESSO nº 3148/2019 - REPETIDO;

ENTREGA DOS ENVELOPES: Às 10h30min do dia 08 de AGOSTO de 2019.

INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS: Às 10h30min do dia 08 de AGOSTO de 2019.

OBJETO: "LOCAÇÃO DE BANHEIRO QUÍMICO STANDARD PARA USO DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS DO SETOR DE LIMPEZA PÚBLICA QUE REALIZAM SERVIÇOS DE CAPINA E RASPAGEM DO PROGRAMA "PREFEITURA NOS BAIRROS", PELO PERÍODO DE 6 MESES."

TIPO: MENOR VALOR GLOBAL

RETIRADA DO EDITAL: PARA MAIORES INFORMAÇÕES, RETIRAR O EDITAL COMPLETO ATRAVÉS DO SITE http://www.araraquara.sp.gov.br/transparencia-gestao-e-financas/portal-da-transparencia-gestao-e-financas

Araraquara, 24 de JULHO de 2019.

JULIANA PICOLI AGATTE- Secretária Municipal de Gestão e Finanças

COORDENADORIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO

GERÊNCIA DE LICITAÇÃO E CONTRATOS

Paço Municipal – Rua São Bento, 840 – centro – Cep.14.801.901 – Fone: (16) 3301-5143

Site: www.araraquara.sp.gov.br E-mail: edital@araraquara.sp.gov.br

AVISO DE PUBLICAÇÃO DE LICITAÇÃO

MODALIDADE: PREGÃO PRESENCIAL nº 049/2019 - PROCESSO nº 3424/2019;

ENTREGA DOS ENVELOPES. Às 14:30h do dia 09 de agosto de 2019.

INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS: Às 14:30h do dia 09 de agosto de 2019.

OBJETO: "CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTINUADOS DE MANUTENÇÃO, CONSERVAÇÃO E LIMPEZA EM ÁREA EXTERNA NOS PRÓPRIOS MUNICIPAIS, E EM PRÉDIOS OCUPADOS POR REPARTIÇÕES E ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA, COMPREENDENDO OS SERVIÇOS DE ROÇADA MECANIZADA, CAPINA MANUAL, DESPRAGUEJAMENTO, RASPAGEM DE PAVIMENTOS, GUIAS E SARJETAS, VARRIÇÃO MANUAL E/OU MECANIZADA, PODA DE ÁRVORES SAZONAIS, TRATAMENTO FITOSSANITÁRIO, SERVIÇOS DE JARDINAGEM, COM FORNECIMENTO DE COLABORADORES, INSUMOS, FERRAMENTAS E EQUIPAMENTOS, CONFORME TERMO DE REFERÊNCIA, PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES".

TIPO: MENOR VALOR GLOBAL

RETIRADA DO EDITAL: PARA MAIORES INFORMAÇÕES, RETIRAR O EDITAL COMPLETO ATRAVÉS DO SITE http://www.araraquara.sp.gov.br/transparencia/licitacoes/

Araraquara, 24 de JULHO de 2019

JULIANA PICOLI AGATTE - Secretária de Gestão e Finanças

ELIANA AP. MORI HONAIN - Secretária Municipal de Saúde

TERESA CRISTINA TELAROLLI - Secretária Municipal de Cultura

EVERSON MIGUEL INFORSATO - Secretário de Esportes e Lazer

JACQUELINE PEREIRA BARBOSA - Secretária de Assistência e desenvolvimento Social

AVISO DE LICITAÇÃO

MODALIDADE. TOMADA DE PREÇOS nº 07/2019 - Processo nº 1767/2019;

ENTREGA DAS PROPOSTAS. Até 10 horas do dia 12 de AGOSTO de 2019.

INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS. Às 10 horas dia 12 de AGOSTO 2019.

OBJETO: "CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA EXECUÇÃO DAS OBRAS REFERENTES A AQUISIÇÃO E INSTALAÇÃO DO NOVO SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO PARA O TEATRO MUNICIPAL DE ARARAQUARA, COM O FORNECIMENTO E INSTALAÇÃO DOS MATERIAIS DO SISTEMA DE AR CONDICIONADO, VENTILAÇÃO E EXAUSTÃO CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO INSERIDO NO PROJETO TÉCNICO E DEMAIS ANEXOS, solicitado pela SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA.

RETIRADA DO EDITAL: O Edital estará disponível no site da Prefeitura, www.araraquara.sp.gov.br ou pode ser solicitado através do seccultura@araraquara.sp.gov.br

Araraquara, 24 de JULHO de 2.019

TERESA CRISTINA TELAROLLI - Secretária Municipal de Cultura

AREIÓPOLIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE AREIÓPOLIS

Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Dispensa Por Limite nº 142/2019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: Garcia Comercio de Alimentos, Bebidas E Embalagens LTDA, inscrita no CNPJ sob nº 24.531.518/0001-10. Objeto resumido: Locação do imóvel urbano localizado nesta cidade de Areiópolis, na Rua Antonio Gonçalves da Silva, nº 326, Centro, Areiópolis-SP, destinado à instalação e funcionamento da Diretoria Municipal de Ensino. Valor Total: R$ 5.600,00 (cinco mil, seiscentos reais). Prazo: A presente locação será por prazo determinado de 04 (quatro) meses a contar do dia 03 (três) de maio de 2019 até 03 (três) de setembro de 2.019, podendo ser prorrogado por livre acordo entre as partes, nos limites previstos na Lei Federal nº 8.666/93. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.39; despesa: 125, nome da categoria econômica: Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica. Areiópolis, 13 de Maio de 2.019 Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de licitação: Dispensa por limite nº 143/2.019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: Sandra de Fatima Rodrigues, sediada na Rua Joaquim Romualdo da Silva, nº 69, Centro, município de Areiópolis, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob nº 21.448.895/0001-00. Objeto resumido: Prestação de serviços referente a cursos de artesanato para os programas e Projetos Assistenciais. Valor total: R$ 5.100,00 (cinco mil, cem reais). Prazo: O presente contrato vigorará a partir de 13 (treze) de maio de 2019 (dois mil e dezoito) até 13 (onze) de agosto de 2019 (dois mil e dezenove), quando será considerado extinto de pleno direito. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.39; despesa: 296, nome da categoria econômica: Outros Serv. de Terceiros-Pessoa Jurídica. Areiópolis, 13 de Maio de 2.019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de licitação: Dispensa por limite nº 158/2.019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: Cer Consultoria em Segurança Do Trabalho e Perícia SS LTDA, CNPJ sob nº 29.121.604/0001-78. Objeto resumido: Contratação de empresa para prestação de serviços de Segurança do Trabalho, conforme termo de referência anexo. Valor total: R$ 17.040,00 (dezessete mil e quarenta reais). Prazo: O Contrato terá a duração de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado, de acordo com as disposições da Lei 8.666, de 21 de junho de 1.993 em seu artigo 57, inciso II. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.39; despesa: 31; nome da categoria econômica: Outros Serv. de Terceiros-Pessoa Jurídica. Areiópolis, 03 de Junho de 2.019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Pregão Presencial nº 09/2019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: Posto Kit Barão LTDA. Endereço: Rod. Marechal Rondon, nº S/N – KM 281, Zona Rural. CNPJ: 10.669.773/0001-19. Objeto resumido: Aquisição parcelada de combustível para abastecimento da frota da Prefeitura Municipal de Areiópolis. Valor total: R$ 441.400,00 (quatrocentos e quarenta e um mil, quatrocentos reais). Prazo: O prazo de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses a contar da data da sua assinatura. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.30; despesas: 27, 121, 138, 145, 177, 189, 213, 260 e 266; nome da categoria econômica: combustíveis e lubrificantes automotivos. Areiópolis, aos 11 de Junho de 2019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Concorrência Pública nº 01/2019. Concedente: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Concessionária: Rodrigo Neves Rabaco, inscrita no CNPJ sob nº 33.425.405/0001-20. Objeto resumido é concessão de uso oneroso intransferível, de bem imóvel público para implantação e exploração da lanchonete da Rodoviária Municipal de Areiópolis/SP. Valor mensal: R$ 801,50 (oitocentos e um reais, cinquenta centavos). Prazo: O prazo de vigência deste contrato é de 05 (cinco) anos, contados da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período. Areiópolis, aos 11 de Junho de 2019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Chamada Pública nº 01/2019. Prefeitura Municipal de Areiópolis. Volts Ampere Engenharia Sistemas de Energia LTDA, inscrita no CNPJ sob nº 23.984.666/0001-27. Objeto resumido é Seleção de Empresa de Serviços de Conservação de Energia – ESCO para celebrar termo de compromisso a fim de representar a Prefeitura em chamadas públicas em regime de contrato de risco junto às concessionárias e permissionárias de energia elétrica no exercício de 2019/2020. Areiópolis, aos 11 de Junho de 2019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Dispensa Por Limite Nº 196/2019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: Rehabilitate Life-Clinica de Reabilitação LTDA, CNPJ sob nº 25.530.203/0001-10. Objeto resumido: Contratação de profissional para prestação de serviços de fonoaudiologia, sendo de responsabilidade toda a demanda da Unidade Mista de Saúde. Valor Total: R$ 4.300,00 (quatro mil, trezentos reais). Prazo: O presente contrato vigorará a partir de 19 (dezenove) de junho de 2019 (dois mil e dezenove) até 19 (dezenove) de julho de 2019 (dois mil e dezenove), quando será considerado extinto de pleno direito. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.39; despesa: 191; nome da categoria econômica: Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica. Areiópolis, 19 de Julho de 2.019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Pregão Presencial nº 12/2019. Contratado: Tatiana e Cassia Gabriel, inscrita no CNPJ/MF sob nº 13.451.755/0001-54. Objeto resumido: aquisição de recarga de gás de cozinha (glp – gás liquefeito de petróleo). Valor total: R$ 50.992,00 (cinquenta mil, novecentos e noventa e dois reais). Prazo: O prazo de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses a contar da data da sua assinatura. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.30; despesas: 88; nome da categoria econômica: Material de Consumo. Areiópolis, 01 de Julho de 2019. Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de Contrato. Modalidade de Licitação: Dispensa Por Limite nº 202/2019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: Iair Vieira Rocha, CPF. 141.378.406-90. Objeto: Locação do imóvel urbano localizado nesta cidade na Rua Vicente Lourenção, nº 18612, Bairro Nosso Teto, Areiópolis -SP, destinado à instalação e funcionamento de Projetos da Assistência Social. Valor Total: R$ 6.000,00 (seis mil reais). Prazo: 01 (um) de Julho de 2019 (dois mil e dezenove) e a vencer em 31 (trinta e um) de Dezembro de 2.019 (dois mil e dezenove), podendo ser prorrogado por livre acordo entre as partes, nos limites previstos na Lei Federal nº 8.666/93. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.36; despesa: 30; nome da categoria econômica: Outros Serviços de Terceiros Pessoa Física. Areiópolis, 01 de Julho de 2.019 Antonio Marcos dos Santos, Prefeito Municipal. Extrato de contrato. Modalidade de licitação: Carta Convite nº 13/2019. Contratante: Prefeitura Municipal de Areiópolis. Contratado: G & V Elétrico e Construções Eireli, CNPJ 05.835.879/0001-05. Objeto resumido: Contratação de empresa para prestação de serviços técnicos especializados de engenharia elétrica, para manutenção corretiva e preventiva do parque de iluminação pública do município de Areiópolis. Valor total: R$ 64.950,00 (sessenta e quatro mil, novecentos e cinquenta reais). Prazo: O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do disposto no artigo 57, inciso II da Lei de Licitações. Dotação orçamentária: categoria econômica: 3.3.90.39; despesa: 268; nome da categoria econômica: Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica. Areiópolis, aos 15 de Julho de 2019. Antonio Marcos dos Santos - Prefeito Municipal.

Extrato de Ata de Registro de Preços. Ata de Registro de Preços nº 01/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Cirúrgica Nova Era LTDA, CNPJ: 08.621.999/0001-06. Objeto: Registro de preços para possível aquisição de materiais de enfermagem destinados a diretoria municipal de saúde de Areiópolis, Modalidade Pregão Presencial nº 06/2019. Valor total registrado: R$ 220.900,00. Validade da ata de registro de preços: 20/05/2019 a 20/05/2020. Ata de Registro de Preços nº 02/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Anderson Henrique Portes ME, CNPJ: 09.359.740/0001-93. Objeto resumido: Registro de preço para eventual aquisição de gêneros Alimentícios hortifrutigranjeiros destinados a Merenda Escolar, Modalidade Pregão Presencial nº 07/2019. Valor total registrado: R$ 53.400,00. Validade da ata de registro de preços: 20/05/2019 a 20/05/2020. Ata de Registro de Preços nº 03/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Fabiana da Silva Marquesi - ME, CNPJ: 27.249.577/0001-98. Objeto resumido: Registro de preço para eventual aquisição de gêneros Alimentícios hortifrutigranjeiros destinados a Merenda Escolar, Modalidade Pregão Presencial nº 07/2019. Valor total registrado: R$ 56.620,00. Validade da ata de registro de preços: 20/05/2019 a 20/05/2020. Ata de Registro de Preços nº 05/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Belaris Alimentos LTDA, CNPJ: 17.088.309/0001-88. Objeto resumido: Registro de preço para eventual aquisição de gêneros Alimentícios destinados a Merenda Escolar, Modalidade Pregão Presencial nº 08/2019. Valor total registrado: R$ 261.900,00. Validade da ata de registro de preços: 11/06/2019 a 11/06/2020. Ata de Registro de Preços nº 06/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, J.E. Rissi Alimentos Eireli, CNPJ: 10.515.277/0001-00. Objeto resumido: Registro de preço para eventual aquisição de gêneros Alimentícios destinados a Merenda Escolar, Modalidade Pregão Presencial nº 10/2019. Valor total registrado: R$ 309.200,00. Validade da ata de registro de preços: 11/06/2019 a 11/06/2020. Ata de Registro de Preços nº 07/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Beleris Alimentos LTDA, CNPJ: 17.088.309/0001-88. Objeto resumido: Registro de preço para eventual aquisição de gêneros Alimentícios destinados a Merenda Escolar, Modalidade Pregão Presencial nº 10/2019. Valor total registrado: R$ 22.580,00. Validade da ata de registro de preços: 11/06/2019 a 11/06/2020. Ata de Registro de Preços nº 08/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Barragás Comércio de Oxigênio e Ferramentas Ltda – EPP, CNPJ: 00.246.150/0001-80. Objeto: Registro de preços para possível aquisição de recarga de cilindro de oxigênio medicinal, Modalidade Pregão Presencial nº 11/2019. Valor total registrado: R$ 77.050,00. Validade da ata de registro de preços: 01/07/2019 a 01/07/2020. Ata de Registro de Preços nº 09/2019. A Prefeitura Municipal de Areiópolis, órgão registrador, e a primeira empresa classificada, Penpav Construção e Pavimentação LTDA, CNPJ: 20.885.688/0001-41. Objeto: Registro de preços para possível contratação de empresa para execução de serviços de reposição de pavimentos asfálticos – tapa buracos. Modalidade Pregão Presencial nº 13/2019. Valor total registrado: R$ 93.600,00. Validade da ata de registro de preços: 10/07/2019 a 10/07/2020.

ARUJÁ

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARUJÁ

DISPENSA DE LICITAÇÃO

Por despacho exarado no processo nº 289.408/19, ratifico a decisão administrativa de dispensa de licitação para a prestação de serviços de telefonia móvel pessoal (SMP) para serviços de voz e dados, diretamente da NESTEL TELECOMUNICAÇÕES LTDA, período: 12 meses; valor R$ 1.040,00. Publicação para atendimento da legislação pertinente.

Prefeitura Municipal de Arujá, 24 de Julho de 2019

PREGÃO ELETRÔNICO Nº 41/19 – REGISTRO DE PREÇOS PARA LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS, MAQUINAS E CAMINHÕES, INCLUINDO MOTORISTA/OPERADOR, COMBUSTÍVEL E MANUTENÇÃO, PARA EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO E CONSERVAÇÃO DE VIAS NO MUNICIPIO; Disputa: dia 09/08/19 às 09:00 horas.

PREGÃO ELETRÔNICO Nº 42/19 – REGISTRO DE PREÇOS PARA AQUISIÇÃO DE CONCRETO USINADO FCK 25 MPA PARA USO DA SECRETARIA DE SERVIÇOS E DEMAIS SECRETARIAS INTERESSADAS; Disputa: dia 12/08/19 às 09:00 horas.

Edital(is) através do site www.bbmnetlicitacoes.com.br – Acesso indicativo no link "Licitações" e também através do site oficial do Município www.aruja.sp.gov.br. Maiores informações pelo telefone (11)4652-7609 Departamento de Compras.

Prefeitura Municipal de Arujá, 24 de Julho de 2019.

CÂMARA MUNICIPAL DE ARUJÁ

EXTRATO DE CONTRATO

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE ARUJÁ

CONTRATADA: SINO ASSESSORIA E CONSULTORIA LTDA-EPP

CONTRATO Nº 71/2019 PROCESSO Nº 17.191/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA ATUALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE NOVA PLATAFORMA DO SITE DA CÂMARA MUNICIPAL DE ARUJÁ.

VALOR: R$ 16.000,00 (DEZESSEIS MIL REAIS)

VIGÊNCIA: 12 (DOZE) MESES CONTADOS DA DATA INDICADA AUTORIZAÇÃO PARA INÍCIO DOS SERVIÇOS (AIS)

ASPÁSIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASPÁSIA

EDITAL DE PUBLICAÇÃO

MODALIDADE PREGÃO Nº 008/2019

A Prefeitura Municipal de Aspásia (SP) torna público que fará realizar o certame licitatório na modalidade de Pregão Presencial, contratação de empresa especializada para aquisição de um veículo tipo passageiro, zero quilometro, ano de fabricação e modelo 2018/2019, em atendimento ao convenio celebrado junto Secretaria de Estado da Saúde - Processo – 0000016920/2018.

Os documentos para o credenciamento, envelope proposta e documentação de habilitação deverão ser entregues à Rua Santos, nº 350, centro, nesta cidade, impreterivelmente até as 09h00min do dia 07 de Agosto de 2019, no Setor de Compras da Prefeitura Municipal e o credenciamento e abertura dos envelopes será realizado na sequência.

Edital Completo e maiores informações serão fornecidas pelo Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal, de Segunda a Sexta-feira, das 08h00min às 11h00min e das 13h00min às 16h00min pelo telefone (17) 3364-87-80 ou pelo site www.aspasia.sp.gov.br ou solicite pelo e-mail licitacao.aspasia@hotmail.com.

Prefeitura Municipal de Aspásia (SP), em 24 de julho de 2019.

JOSUÉ EDUARDO DE ASSUNÇÃO - Prefeito Municipal

ASSIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

COMUNICADO DE JULGAMENTO

REF.. PROCESSO N.º 057/2019 – TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2019 - CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENGENHARIA PARA PAVIMENTAÇÃO ASFÁLTICA. Comunicamos, após observado o Direito de Preferencida na contratação previsto na Lei Federal nº 123/06, foi declarada vencedora ao Item 01 do objeto certame a empresa: - A R CONSTRUTORA DE OBRAS LTDA. pelo valor de R$ 279.993,84. O item nº 02 - foi declarado deserto. Aberto prazo para recursos.

Assis (SP), 24 de julho de 2019

Clovis Marcelino da Silva - Presidente da Comissão de Licitações

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

COMUNICADO – SEGUNDO EDITAL MODIFICATIVO

Ref.: Processo Licitatório n.º 048/2019 – Pregão Presencial n.º 024/2019 – CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTINUADOS DE MANUTENÇÃO PREVENTIVA COM FORNECIMENTO DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS CONFORME, PMOC – PLANO DE MANUTENÇÃO, OPERAÇÃO E CONTROLE, E MANUTENÇÃO CORRETIVA PARA EQUIPAMENTOS DE AR CONDICIONADOS PARA ATENDER AS DEMANDAS DA FEMA, UPA E UBS/ESF. Comunica a expedição de segundo edital modificativo. Nova data de realização da Sessão Pública: dia 07/08/2019, 09h30min. Informações: fone (18) 3302-1055 - Edital disponível:/www.fema.edu.br

Assis (SP), 24 de julho de 2019

Eduardo Augusto Vella Gonçalves – Diretor Executivo.

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

COMUNICAÇÃO E CONVOCAÇÃO

Ref.: Processo Licitatório 026/19 – Edital 023/19 - Concorrência 002/19 – Contratação de Agencia de Propaganda nos Termo da Lei nº 12.232/10, Visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Comunicamos a Classificação das licitantes QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, e, AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO 25 LTDA - ME. Aberto Prazo para recursos. Transcorrido o prazo recursal sem a interposição de recurso, fica desde já as licitantes CONVOCADAS para participação na Terceira Sessão de Julgamento do processo mencionado, por força do item 12.10 do Edital. Data da Sessão: dia 06/08/2019 às 09h30min. Informações: (18) 3302-1055.

Assis (SP), 24 de julho de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias - Presidente da Comissão de Licitações.

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO VALE DO PARANAPANEMA

Comunica julgamento de Recurso de Representação. Ref. Pregão Presencial 003/2019 - Proc. 003/2019, para registro de preços de reparador de pavimento asfáltico para 24 municípios. Resultado: a) Revogado o ato anulatório do certame datado de 18/06/2019; b) Invalidada a 2ª rodada de lances/negociação ocorrida em 24/06/2019; c) convocação da licitante BIOPAV ASFALTO RÁPIDO E CONSTRUTORA EIRELI EPP para, na ordem de preferência, participar da sessão de negociação do preço proposto para o produto licitado. A sessão de negociação ocorrerá no dia 07 (sete) de agosto de 2019 às 09h00min. Íntegra disponível em www.civap.com.br.

Assis, 24 de julho de 209. Eduardo Corrêa Sotana - Presidente.

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO VALE DO PARANAPANEMA - SAÚDE

Extrato de Termo de Ratificação. Ref. Chamamento Público 002/2019 - Proc. 006/2019. Objeto: Credenciamento de Pessoa(s) Jurídica(s) para a prestação de serviços de cirurgias oncológicas e de procedimentos quimioterápicos a serem realizados no Hospital Regional de Assis. Credenciada. Ricardo João Gonzales (ME), CNPJ 29.980.824/0001-57, para os procedimentos de Cirurgia Oncológica -MASTOLOGIA. Recursos oriundos do Convênio nº 025/2019 - Processo nº 896198/2019, firmado com o Governo do Estado de São Paulo através da Secretaria de Estado da Saúde. Valor: R$ 1.130,00 pelo plantão de 12 horas. Pagamento: 15 dias após o mês vencido. Vigência: 12 meses, prorrogável. Fundamento legal: Inexigência de licitação nos termos do artigo 25 da Lei 8.666/93. Homologada a habilitação da credenciada.

Comunica Habilitação. Ref. Chamamento Público 002/2019 - Proc. 006/2019. Objeto: Credenciamento de Pessoa Jurídica para a prestação de serviços de cirurgias oncológicas e de procedimentos quimioterápicos a serem realizados no Hospital Regional de Assis. Habilitada a empresa Messias Clínica Médica Ltda., CNPJ 24.347.191/0001-20, para os procedimentos de Cirurgia Oncológica - UROLOGIA. Recursos oriundos do Convênio nº 025/2019 - Processo nº 896198/2019, firmado com o Governo do Estado de São Paulo através da Secretaria de Estado da Saúde. Aberta vista ao processo e prazo recursal.

Assis, 24 de julho de 2019. Eduardo Corrêa Sotana - Presidente

ATIBAIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ATIBAIA

AVISO DE ESCLARECIMENTO. PROCESSO N.º 18.260/2019 CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 003/19. OBJETO: Concessão onerosa para execução de serviços de remoção e custódia de veículos automotores removidos ou recolhidos a qualquer título, nos limites do município de atibaia, por órgãos e entidades componentes do sistema nacional de trânsito, nos termos dos artigos 271 e 328 do código de trânsito brasileiro, por um período de 120 (cento e vinte) meses. A Secretaria de Administração, no uso de suas atribuições, comunica aos interessados que se encontra no site desta Prefeitura, www.atibaia.sp.gov.br, Ata 186/2019, da Secretaria de Mobilidade e Planejamento Urbanos, que trata

C L FEMA
Fls nº 3347

Assis, 23 de Julho de 2019

A Ilustríssima Senhora
Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação / Fema

Assunto: Solicitação de conteúdo.

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 – Concorrência 02/19 – Contratação de Agência de Propaganda, visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME, com sua sede na Rua das Rosas, n° 100, Jardim Santa Amélia, CEP n° 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem respeitosamente à presença de V. Senhoria, por intermédio de seu representante legal que esta subscreve, com fulcro no art. 109, I, "a" da Lei 8666/93 e art. 5ª, LV da CF/88, vem tempestivamente *solicitar cópia dos conteúdos dos envelopes 1, 2 e 3 da Agência de Comunicação Z5 LTDA – ME*, classificada nesta Concorrência.

No aguardo e sem mais para o momento,

Agradecemos,

02.436.740/0001-09
I. E. **ISENTO**
Inscr. Mun. 27880
QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA. - EPP
Rua das Rosas, 100
Jd. Santa Amélia - CEP 19816-080
ASSIS - SP

Recebi em 23/07/19 às 15 h00 min
Setor de Materiais FEMA

Carolina Tomiko Yazlle Maciel
RG 24.657.786-1

Recebi
23/07/2019

C. L. FEMA
Fls nº 3353

DECLARAÇÃO

Processo Licitatório N° 026/2019
Concorrência Pública N° 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME, por meio do preposto infra assinado, em razão do Ofício datado de 23 de julho de 2019 – Assunto: Solicitação de conteúdo, DECLARA ter recebido, na data e hora indicadas, do Setor de Licitação da Fundação Educacional do Município de Assis, os documentos abaixo solicitados:

1. Cópia do Conteúdo do envelope n.° 1 da AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME;
2. Cópia do Conteúdo do envelope n.° 2 da AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME;
3. Cópia do Conteúdo do envelope n.° 3 da AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME.

RECEBIMENTO:

DATA: 24 / 07 / 2019
HORÁRIO: 13 h 50 min.

NOME: CAROLINA T. Y. MACIEL
Cargo: Diretora
RG nº: 24.657.786-1

336 C.L FEMA

Fls. Nº

Quest Comunicação LTDA – ME

Sra. Carolina Tomiko Yazlle Maciel

Adm e Licitações

Em 30/07/2019

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 337

Assis, 30 de julho de 2019

A Ilustríssima Senhora
Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação / Fema

Assunto: Apresentação de Recurso Administrativo

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 – Concorrência 02/19 – Contratação de Agência de Propaganda, visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME, com sua sede na Rua das Rosas, n° 100, Jardim Santa Amélia, CEP n° 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem respeitosamente à presença de V. Senhoria, por intermédio de seu representante legal que esta subscreve, apresentar RECURSO ADMINISTRATIVO em face da classificação em 1º lugar da empresa Agência de Comunicação Z5 LTDA – ME.

No aguardo e sem mais para o momento,

Agradecemos,

02.436.740/0001-09
I. E. **ISENTO**
Inscr. Mun. 27880
QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA. - EPP
Rua das Rosas, 100
Jd. Santa Amélia - CEP 19816-080
ASSIS - SP

Carolina Tomiko Yazlle Maciel
RG 24.657.786-1

Recebi em 30/07/19, às 13 h 32 min
Seção de Materiais FEMA

ILMA. SRA. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS – FEMA.

Processo Licitatório nº 026/2019
Edital nº 023/2019
Concorrência nº 002/2019

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL, com sua sede na Rua das Rosas, n° 100, Jardim Santa Amélia, CEP n° 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem, por seu representante legal que esta subscreve, respeitosamente, à presença de V. Senhoria, com fulcro no art. 109, da Lei 8666/93, tempestivamente, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO,** em face da **classificação em 1º lugar, referente a Proposta Técnica,** da empresa **Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME**, nos termos que abaixo seguem:

1) DOS PRESSUPOSTOS

A interposição do presente recurso é tempestiva, considerando a comunicação da classificação da empresa Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME em primeiro lugar, no dia 23 de julho de 2019, restando estabelecido o prazo para apresentação de recurso de 5 (cinco) dias uteis.

A empresa recorrente não venceu a fase da proposta técnica o que, *per si*, evidencia o interesse recursal.

A peça de irresignação é proposta por empresa credenciada e participante do certame, o que atesta a sua legitimidade.

Presentes, portanto, os pressupostos recursais.

2) DOS FATOS

Na data de 23/07/2019 foi aberta a 2ª sessão do Certame em epígrafe, a fim de elaborar planilha com as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, pertinentes aos invólucros nº 01 e 03, e consequentemente efetuar o julgamento das propostas técnicas apresentadas.

Ato contínuo, a Licitante Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME, foi declarada vencedora da Proposta Técnica, obtendo como nota final 93,50 (noventa e três virgula cinquenta pontos), enquanto a ora Recorrente, obteve como nota final 83,00 (oitenta e três pontos).

Desta forma, passaremos a demonstrar que as notas não correspondem a realidade dos fatos.

2.1.) DO INVÓLUCRO Nº1- Plano de Comunicação Via não Identificada

O Edital prevê quanto ao Plano de comunicação Publicitária que:

"I– PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing fictício – ANEXO 7 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:
I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;
II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:
a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;"

2.2.) RACIOCÍNIO BÁSICO

Um dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária é o Raciocínio Básico, que deveria ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e /ou tabela no qual o licitante apresentaria um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da FEMA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre desafio de comunicação expresso no briefing, conforme item 6.2.1. do Edital.

Ocorre, porém, que a Licitante Z5, ao desenvolver seu raciocínio básico citou "aumento de 20% das inscrições para o vestibular da Fema 2020." Referida porcentagem foi colocada como objetivo em relação ao vestibular do ano passado.

Ora, o Edital não contém qualquer informação sobre os números do vestibular anterior para que os demais Licitantes pudessem prever referido percentual, bem como, nos questionamentos feitos à comissão da Licitação a resposta foi para seguir as informações citadas no Edital.

Desta forma, pergunta-se: a Licitante teria informações "privilegiadas" quanto a esse ponto? Tal ilação se faz necessária vez que não foi encontrado nada neste sentido no Edital.

Evidente, que tal fato prejudicou a Licitante, ora Recorrente, bem como feriu o Princípio da Isonomia e Legalidade do Edital, norteadores do Processo Licitatório.

2.3.) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Outro subquesito é a Estratégia de Comunicação Publicitária, a ser desenvolvido também por meio de texto, gráfico e /ou tabela no qual o licitante apresenta as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados ao desafio expresso no briefing sugerido no Edital.

Mais uma vez a Recorrida se utilizou de informações que não estavam abrangidas no Edital para apresentação de sua estratégia de comunicação publicitária.

As ações foram denominadas pela Z5 como Ações Diferenciadas, conforme podemos observar na página 6 do Plano de Comunicação da recorrida. Quais sejam:

- ***Jogo Acerte na Escolha***
- ***Ações no Shopping e escolas***
- ***Pulseira de silicone***
- ***Folder***
- ***Inbound Marketing***

De se notar ainda que a Recorrida apresentou uma tabela geral de mídia com distribuição das inserções em dois formatos, **Mídia Briefing Geral** e **Mídia Briefing Fictício.** Contudo, o Edital prevê somente a de mídias conforme o Briefing Fictício, sendo certo que a apresentação fora do escopo editalício não deveria ser aceita por essa comissão, nem tampouco as pontuações serem apuradas com base nos dois formatos apresentados, pois, ao que tudo indica, foram considerados pelos Julgadores.

No que diz respeito aos investimentos de mídia e não mídia, foi acrescentado o trabalho de **inbound marketing** e utilizado uma **plataforma de automação** que não estava no briefing.

Verifica-se que a ferramenta de automação contratada foi aplicada por 3 meses na campanha, porém o contrato com a empresa de automação é no mínimo de 1 ano e na proposta foi colocado por 2 meses, evidente, que o valor apresentado não condiz com o contrato de 1 (um) ano.

Cristalino que no presente caso, a Recorrida Z5, apresentou sua Estratégia de Comunicação Publicitária ao arrepio do Edital, utilizando-se de informações que não abrangiam o escopo do Edital.

Não podemos deixar de ressaltar, que o edital exigiu que fosse apresentada a Estratégia de Comunicação Publicitária de acordo com o Briefing Fictício ali disponibilizado.

Ademais, a Recorrente pediu esclarecimentos a essa Ilustre Comissão quanto ao dever de utilização das informações disponibilizadas no Briefing Fictício e a resposta foi positiva.

"Questionamento nº 04: Sobre o Briefing fictício, os quantitativos de cada meio bem como os valores mencionados, conforme alocados no briefing, deverão ser seguidos?
Resposta nº 04 – Sim."

É notório que mais uma vez a Recorrente foi prejudicada na pontuação, tendo em vista as informações apresentadas pela Recorrida estarem fora do escopo do Edital e serem aceitas e consideradas pelos julgadores no momento da

avaliação, ferindo novamente o Princípio da Isonomia e Legalidade do Edital, norteadores do Processo Licitatório.

2.4.) IDEIA CRIATIVA

Outro subquesito do certame em debate é a Ideia Criativa, por meio do qual a licitante apresenta proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de estratégia de Comunicação Publicitária.

Com relação a referido subquesito, a pontuação atribuída pelos julgadores também foi superior à Recorrida em comparação com a Recorrente.

Destacamos que as justificativas dos julgadores se basearam na originalidade, inovação, atualidade e que referida ideia atingiria o público alvo da campanha:

c) Ideia Criativa	9	A ideia criativa contempla uma linguagem compatível com o universo cultural do público-alvo que demanda originalidade, simplicidade de interpretação e interatividade. Faz uso de técnica de redação publicitária (storytelling)

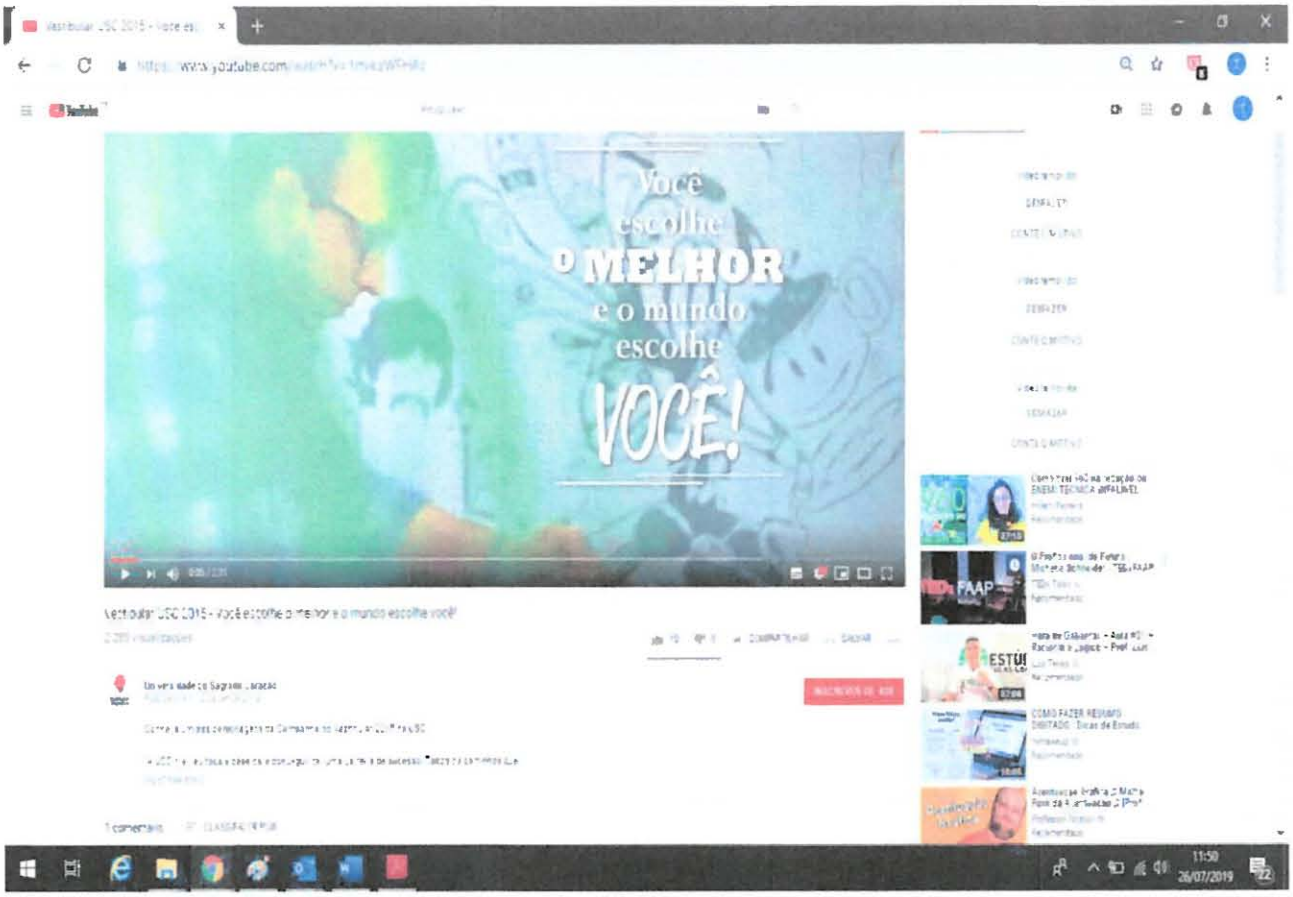
c) Ideia Criativa	9	A ideia se adequa ao público-alvo e tem objetivos de comunicação conceituais e inovadores. A linguagem apresentada é compatível a quem vai atingir e os materiais de divulgação são bem aceitos

Porém, o que podemos observar foi algo bastante diferente, pois não tem nada de original, inovador ou atual, principalmente por plagiar outras campanhas já desenvolvidas no mesmo sentido.

O mote usado pela Z5 foi: "**Você escolhe Fema. O mundo escolhe você.**"

Com uma simples busca na internet é possível encontrar campanhas desenvolvidas com a mesma ideia.

Segue abaixo conteúdo da internet: https://www.youtube.com/watch?v=1rtvkaWFHAc.



O mote utilizado pela Recorrida Z5, é muito parecido com o utilizado na campanha USC-Universidade do Sagrado Coração, estabelecida na vizinha cidade de **Bauru - SP** no ano de 2015, o que não nos leva crer ser uma coincidência.

Evidente que tal postura é inaceitável, mormente em se tratando de instituição do mesmo seguimento de mercado, podendo ser considerada uma concorrente, e cujas peças publicitárias serão apresentadas praticamente nos mesmos meios de comunicação e buscando atingir público similar. Como portanto ser considerada, no subquesito "IDÉIA CRIATIVA" como melhor avaliada que a ora recorrente?

Com relação a ideia criativa apresentada pela Recorrente, estranhamente as justificativas dos julgadores foram de que a ideia não apresentava originalidade, que era ideia comum em campanhas de vestibular, contrariando e invertendo completamente a pontuação em relação a Recorrente e Recorrida.

Diferente das justificativas, a ideia criativa apresentada pela Recorrente é nova, atual, original e atende perfeitamente o público alvo, assim, não poderia ter tido pontuação menor do que a Recorrida que apresentou uma ideia repetitiva e desatualizada, sem qualquer originalidade.

Mais uma vez a Recorrente foi prejudicada na pontuação, o que deve ser revisto por essa comissão conforme exposto acima.

3 – DO INVÓLUCRO 3- Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

O Edital no item 8.4. diz que:

"8.4. No invólucro n. 3, deverão estar acondicionados os <u>cadernos específicos</u>, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5." (g.n.).

Conforme Edital, no invólucro n. 3 deveriam estar os cadernos específicos, de acordo com os subitens 6.3 a 6.5.

Referidos subitens dizem que o Licitante **deverá** apresentar em **cadernos específicos**, a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação.

Entretanto, a Recorrida Z5, apresentou todos em um único caderno, mais uma vez não seguindo as determinações e os requisitos previstos no Edital, o que por si só não poderia ser aceito por essa Ilustre Comissão.

3.1) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

No que diz respeito a capacidade de atendimento, entendemos que os critérios de pontuação mais uma vez não foram bem distribuídos pelos julgadores.

Concordamos que Recorrente tenha ganhado na avaliação de todos os julgadores, porém a diferença apontada foi muito pequena diante da realidade das Licitantes, sendo que a capacidade de atendimento da Recorrente é muito maior do que a da Recorrida, tanto no que diz respeito a estrutura física quanto aos profissionais.

Basta observar a quantidade de profissionais envolvidos em cada uma das contendoras para se constatar que a ínfima diferença aplicada em favor da ora recorrente encontra-se evidentemente sub aplicada.

Assim, deve ser revista a pontuação neste sentido, vez que as notas atribuídas a Recorrida estão muito além da realidade.

3.2.) REPERTÓRIO

O ítem 6.4.1.1 do Edital, menciona que:

"6.4.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça."

Contudo, a Requerida Z5 mencionou, na sua ficha técnica, somente o ano de produção e veiculação, não mencionando a DATA COMPLETA (DD/MM/AAAA), bem como, não mencionou o período de veiculação, não seguindo mais uma vez os regramentos do Edital.

4 – DOS PRINCÍPIOS QUE REGEM A LICITAÇÃO

Conforme prevê o artigo 3º da Lei 8.666/93, vários são os Princípios que regem a Licitação:

"Art. 3o 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."

Entre os vários princípios, damos destaque ao da Vinculação ao Instrumento Convocatório, a fim de que haja segurança para o licitante e para o interesse público, extraída do princípio do procedimento formal, que determina à Administração que observe as regras por ela própria lançadas no instrumento que convoca e rege a licitação.

No presente caso, houve violação direta à referido Princípio, vez que a Ilustre Comissão classificou a Recorrida como vencedora, ainda que esta não seguiu os requisitos do Edital.

O artigo 41 também da Lei 8.666/93 diz:

"Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada."

O STJ já se manifestou diversas vezes a respeito do tema, veja No RESP 1178657, o que o tribunal decidiu:

"ADMINISTRATIVO. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. PREGÃO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. REQUISITO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA NÃO CUMPRIDO. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA DIFERENTE DA EXIGIDA. O Tribunal de origem entendeu de forma escorreita pela ausência de cumprimento do requisito editalício. Sabe-se que o procedimento licitatório é resguardado pelo princípio da vinculação ao edital; esta exigência é expressa no art. 41 da Lei n. 8.666/93. Tal artigo veda à Administração o descumprimento das normas contidas no edital. Sendo assim, se o edital prevê, conforme explicitado no acórdão recorrido (fl. 264), "a cópia autenticada da publicação no Diário Oficial da União do registro do alimento emitido pela Anvisa", este deve ser o documento apresentado para que o concorrente supra o requisito relativo à qualificação técnica. Seguindo tal raciocínio, se a empresa apresenta outra documentação - protocolo de pedido de renovação de registro - que não a requerida, não supre a exigência do edital. Aceitar documentação para suprir determinado requisito, que não foi a solicitada, é privilegiar um concorrente em detrimento de outros, o que feriria o princípio da igualdade entre os licitantes."

Destarte, por todos os ângulos nos quais se analise a questão, conclui-se que a vitória da Recorrida é ilegal, pois não faz jus a pontuação atribuída pelo julgamento da 2ª Sessão, bem como, por não cumprir os requisitos previstos no Edital, motivo pelo qual deve ser reformada a decisão para o fim de determinar seja a pontuação da Recorrente retificada, e consequentemente desclassificada a Licitante **Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME**.

5 – DA CONCLUSÃO

Diante do exposto, requer seja dado provimento ao Recurso Administrativo da Recorrente, para o fim de determinar seja a pontuação da Recorrente retificada, e consequentemente desclassificada a Licitante **Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME**, e classificada a ora Recorrente.

Nesses termos,
Pede deferimento.
Assis - SP, 29 de julho de 2019.

02.436.740/0001-09
I. E. ISENTO
Inscr. Mun. 27880
QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA. - EPP
Rua das Rosas, 100
Jd. Santa Amélia - CEP 19816-080
ASSIS - SP

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL.

Fls. Nº
348 ~~35~~

C L FEMA
Fls nº 349

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/FEMA

PROCESSO Nº. 026/19

EDITAL 023/19 – CONCORRENCIA 02/19

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA-ME, por meio de seu representante legal que esta subscreve **ANDRÉ GUSTAVO KANTHACK PACCINI**, já qualificado nos autos em epigrafe, vêm, à presença de Vossa Senhoria, tempestivamente, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, pelos motivos de fato e de direito a seguir expostos:

Recebi em 30/07/19 às 16 h 32 min
Seção de Materiais FEMA

No dia 04/07/2019, a requerente foi notificada de sua classificação, bem como de sua concorrente, para o prosseguimento do certame em tela.

Nessa esteira, imperioso se faz o destaque de alguns pontos que talvez não tenham sido observados pela respeitável Comissão de Licitação. Quais sejam:

O caderno do plano de comunicação, via não identificada, invólucro 1, apresentado pela licitante QUEST, estava com uma pagina quase que totalmente solta da espiral do caderno, o que viola o disposto no subitem **8.2.2, II, que impõe que o invólucro I e as peças acondicionadas por este, não podem estar danificados ou deformados de modo que venham a possibilitar a identificação da licitante**.

Observa-se no caso em tela, que a simples folha quase destacada do espiral do caderno, por mais banal que seja, pode sim diferenciar o material apresentado pelas licitantes, proporcionando sua identificação, o que fere de morte o disposto no edital.

Outrossim, cumpre destacar que o subitem 6.1 do Edital em pauta, reza que a elaboração da **proposta técnica deveria ser feita com base no briefing fictício**, descrito no anexo 07, ou seja, em cima de uma verba de **R$ 850.000,00 (oitocentos e cinqüenta mil reais)**.

Ocorre que a Licitante QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, não observou o acima disposto e **apresentou uma proposta técnica tomando por base o briefing real**, ou seja, em cima de uma

verba de **R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)** o que, como já exposto acima, esta em desalinho com o Edital.

Nota-se claramente que a licitante QUEST não observou corretamente o disposto no Edital que norteia o presente certame.

Diante do exposto, com base no disposto no subitem 8.2.2, II, que como já mencionado acima, **impõe que o invólucro I e as peças acondicionadas por este, não podem estar danificados ou deformados de modo que venham a possibilitar a identificação da licitante** e no subitem 9.4,I, que dita que **será desclassificada a licitante que não observar as determinações e as exigências do Edital**, *requerer seja* **desclassificada** *deste* certame a licitante **QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA.**

Caso não seja este o entendimento de Vossa Senhoria, requerer sejam descontados os pontos referentes aos erros da licitante retro mencionada.

Nesses termos,

Pede deferimento.

Assis, 30 de julho de 2019.

ANDRÉ KANTHACK PACCINI

C L FEMA
Fls nº 3527

30 (trinta) lotes localizado no Bairro Bela Vista área urbana do município de Arandu, de acordo com as descrições.

I - ....

II- ....

§ ÚNICO: As condições de pagamento, inclusive a possibilidade de parcelamento, serão definidas pelo Chefe do Executivo e disposta no edital.

Art. 2º - - Fica Poder Executivo autorizado a efetuar a aplicação dos recursos obtidos em razão da alienação dos imóveis, objeto desta lei, destinado à manutenção da Caixa de Aposentadoria e Previdência dos Servidores Públicos Municipais, nos termos do artigo 44 e seguintes da Lei complementar nº 101, de 04 de maio de 2000.

Art. 3º - O produto obtido em razão da alienação prevista nesta Lei Municipal, deverão ser recolhido aos cofres públicos em conta específica- Receitas de Capital- alienações de Bens Imóveis, cuja destinação encontra-se prevista no artigo 2º, desta Lei.

Art. 4º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º - Revogam-se as disposições em contrario

Prefeitura Municipal de Arandu, aos 26 de julho de 2019.

LUIZ CARLOS DA COSTA - Prefeito Municipal

Publicada e registrada na Secretaria Administrativa da Prefeitura Municipal de Arandu, na data supra.

ARARAQUARA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARAQUARA

DEPARTAMENTO DE ÁGUA E ESGOTO

Aviso de Licitação:Pregão Presencial n.070/2019.Processo Daae n.4.667 de 24/07/2019.Objeto:Contratação de lavanderia industrial para prestação de serviços de lavagem, higienização e desinfecção de uniformes (calça, camisa, camiseta, chapéu, jaleco, etc) e equipamentos de proteção individual (macacão/jardineira de saneamento, cinto de segurança, telaberta, etc), com contaminação biológica oriunda das atividades insalubres executadas por servidores desta autarquia, pelo período de 12 (doze) meses, conforme especificações constantes nos anexos do edital.Data e horário da abertura:Dia 15/08/2019, às 09h30min (Nove Horas e Trinta Minutos).O edital na íntegra encontra-se disponível no site www.daaeararaquara.com.br–link: Portal de Licitações, podendo também ser retirado diretamente na Gerência de Suprimentos, sito a Rua Domingos Barbieri, nº 100, Bairro Fonte Luminosa, Araraquara – SP, de 2ª a 6ª feira, das 09h00 às 16h45. Maiores informações poderão ser obtidas através do telefone (16) 3324-9576, ou pelo e-mail: gsup@daaearaquara.com.br.É importante o acesso frequente à página do DAAE na internet, no endereço acima mencionado, pois eventuais questionamentos sobre o edital e devidos esclarecimentos serão também ali divulgados, não sendo aceitas alegações de desconhecimento.Araraquara, 30 de Julho de 2019.Donizete Simioni - Superintendente

Aviso de Licitação:Leilão n.002/2019.Processo Daae n.1.876 de 11/04/2018.Objeto:Venda de para-brisas quebrados pertencentes ao Departamento Autônomo de Água e Esgotos de Araraquara.Data e horário: Dia 16/08/2019 às 09h30 (nove horas e trinta minutos).O edital na íntegra encontra-se disponível no site www.daaeararaquara.com.br – link: Painel de Licitações, podendo também ser retirado diretamente na Gerência de Suprimentos, sito a Rua Domingos Barbieri, 100, Bairro Fonte Luminosa, Araraquara-SP, de 2ª a 6ª feira, das 09h00 às 16h45. Maiores informações poderão ser obtidas através do telefone (16) 3324-9576, ou pelo e-mail: gsup@daaeararaquara.com.br.É importante o acesso frequente à página do DAAE na internet no endereço acima mencionado, porquanto eventuais questionamentos sobre o Edital e devidos esclarecimentos, serão também ali divulgados, não sendo aceitas alegações de desconhecimento.Araraquara, 30 de Julho de 2019.Donizete Simioni - Superintendente

SECRETARIA DA SAÚDE

EXTRATO DA ATA DE REGISTRO DE PREÇO

PROCESSO Nº 003/2019

PREGÃO ELETRÔNICO Nº 003/2019

OBJETO: Registro de Preços para eventual e futura Aquisição de Medicamento Hospitalar – Ampolas, de forma fracionada, para atender a Fundação Municipal Irene Siqueira Alves – Vovó Mocinha - FUNGOTA, conforme Anexo I, por um período de 12(doze) meses.

ATA DE REGISTRO DE PREÇO Nº 47/2019

DUPATRI HOSPITALAR COM. IMP. EXP. LTDA

CNPJ nº 04.027.894/0001-54

Lote 05: 40 Unid. Alfaporactate 80mg/ml (240mg), PREÇO R$ 1.400,71, MARCA: CHIESI - Lote 06: 10 Unid. Alfaporactante 80mg/ml (240mg), PREÇO R$ 1.400,71, MARCA: CHIESI - Lote 07: 230 Unid. Alprostadil alfacicldodextrine 20mcg, PREÇO R$ 72,12 MARCA: ACHE- Lote 08: 70 Unid. Alprostadil alfacicldodextrina 20mcg, PREÇO R$ 72,12 MARCA: ACHE - Lote 61: 230 Unid. Enoxaparina sódica 40 mg/0,4 ml, MARCA: SANOFI - Lote 62: 70 Unid. Enoxaparina sódica 40 mg/0,4 ml, MARCA: SANOFI

ATA DE REGISTRO DE PREÇO Nº 48/2019

COMERCIAL CIRÚRGICA RIOCLARENSE LTDA

CNPJ nº 67.729.178/0004-91

Lote 65: 600 Unid. Fosfato de clindamincina 150 mg/ml PREÇO R$ 2,18, MARCA: HIPOLABOR - Lote 66: 200 Unid. Fosfato de clindamincina 150 mg/ml PREÇO R$ 2,18, MARCA: HIPOLABOR

ATA DE REGISTRO DE PREÇO Nº 49/2019

ATIVA COMERCIAL HOSPITALAR LTDA

CNPJ nº 04.274.988/0001-38

Lote 31: 80 Unid. Brometo de rancurônio 50mg PREÇO R$ 15,77, MARCA: EUROFARMA - Lote 32: 20 Unid. Brometo de rancurônio 50mg PREÇO R$ 15,77, MARCA: EUROFARMA - Lote 97: 80 Unid. Piperacilina sódica 4g + tazobactam sódico 500mg PREÇO R$ 25,00, MARCA: EUROFARMA - Lote 98: 20 Unid. Piperacilina sódica 4g + tazobactam sódico 500mg PREÇO R$ 25,00, MARCA: EUROFARMA.

ATA DE REGISTRO DE PREÇO Nº 50/2019

SOMA/SP PRODUTOS HOSPITALARES LTDA

CNPJ nº 05.847.630/0001-10

Lote 79: 80 Unid. Meropenêm 1 g PREÇO R$ 21,20, MARCA: PHARMA

Período: 12 meses

ELIDE MARIA INFORSATO

Diretora Executiva em Exercício

FUNGOTA

SECRETARIA DA ADMINISTRAÇÃO

COORDENADORIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO

GERÊNCIA DE LICITAÇÃO E CONTRATOS

Paço Municipal – Rua São Bento, 840 – centro – Cep.14.801 901 – Fone: (16) 3301-5143 Site: www.araraquara.sp.gov.br E-mail: edital@araraquara.sp.gov.br.

PREGÃO PRESENCIAL – REGISTRO DE PREÇOS Nº 043/2019

PROCESSO. Nº 3292/2019

DE 15 DE JULHO DE 2019

HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

OBJETO: EVENTUAL CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM SERVIÇOS DE SEGURANÇA PATRIMONIAL, DESARMADA, PERÍODO DIURNO E NOTURNO, conforme especificações constantes do Termo de Referência e demais anexos, que fazem parte integrante do presente edital.

Homologo a adjudicação do pregoeiro, que considerou vencedora a empresa 3S VIGILÂNCIA EIRELI LTDA, pelos seguintes valores unitários a serem registrados, adjudicando-lhe o objeto deste edital:

Item	Descrição	Quant.	Unid.	Preço Unitário de Hora a ser registrada
1	Contratação de empresa especializada em serviços de segurança, diurno, no horário das 06:00 às 18:00 horas, somando um total de 12.000 horas, conforme descrições anexas.	12.000	Hora.	R$ 25,40
2	Contratação de empresa especializada em serviços de segurança, noturno, no horário das 18:00 às 06:00 horas, somando um total de 12.000 horas, conforme descrições anexas.	12.000	Hora.	R$ 28,00

Araraquara, 30 de Julho de 2.019

JULIANA PICOLI AGATTE - Secretária de Gestão e Finanças

ELIANA A.P. MORI HONAIN - Secretária Municipal de Saúde

CLÉLIA MARA SANTOS - Secretária Municipal da Educação

TERESA CRISTINA TELAROLLI - Secretária Municipal de Cultura

EVERSON MIGUEL INFORSATO - Secretário de Esportes e Lazer

JACQUELINE PEREIRA BARBOSA - Secretária de Assistência e desenvolvimento Social

AVISO DE REPUBLICAÇÃO

MODALIDADE: PREGÃO ELETRÔNICO - REGISTRO DE PREÇOS nº 079/2019 - REPETIDO - Processo nº 3253/2019;

ABERTURA DAS PROPOSTAS: Às 09h30 do dia 14 de AGOSTO de 2019.

INÍCIO DA SESSÃO DE DISPUTA DE PREÇOS. Às 11h00 do dia 14 de AGOSTO de 2019

OBJETO: REGISTRO DE PREÇOS PARA POSSÍVEL FORNECIMENTO DE COPOS DESCARTÁVEIS PARA CAFÉ, CONFORME ANEXO VI, PARA FUTURA E EVENTUAL AQUISIÇÃO, conforme especificações contidas no ANEXO I, por um período de 12(doze) meses, que fica fazendo parte do presente Edital.

TIPO: MENOR VALOR TOTAL DO LOTE

RETIRADA DO EDITAL: A informação dos dados para acesso deve ser feita na página inicial no sítio do Banco do Brasil S.A., www.bb.com.br, ou no site: http://www.araraquara.sp.gov.br/transparencia-gestao-e-financas/portal-da-transparencia-gestao-e-financas.

Araraquara, 30 de JULHO de 2.019

JULIANA PICOLI AGATTE - Secretária de Gestão e Finanças Interino

Secretaria de Gestão e Finanças

Gerência de Licitação e Contratos

Comissão Permanente de Licitações

COMUNICADO

O Prefeito Municipal de Araraquara, no uso das atribuições que lhe são conferidas por Lei, COMUNICA que RATIFICOU nos termos consubstanciados do Parecer da Comissão Permanente de Licitações, em conformidade com o Artigo 24, inciso X da Lei 8.666/93, a Dispensa de Licitação Nº 016/2019, Processo nº 3327/2019, para Locação de imóvel residencial, localizado na Rua José Carlos Bonilha, nº 20 – Jardim Santa Júlia, CEP: 14.811-035, nesta cidade (área locada ao município será de: Área do terreno120,00 m² e área construída de 74,00 m²), e será destinado para Abrigar FAMÍLIA BENEFICIADA PELO PROGRAMA DE LOCAÇÃO SOCIAL.

Araraquara, 18 de Julho de 2019.

JULIANA PICOLI AGATTE - Secretária Municipal de Gestão e Finanças

RATIFICAÇÃO

A Secretária Municipal de Gestão e Finanças no uso das atribuições que lhe são conferidas por Lei, COMUNICA que RATIFICA nos termos consubstanciados do Parecer da Comissão Permanente de Licitações nº 015/2019, em conformidade com o Artigo 25, inciso III da Lei 8.666/93, a INEXIGIBILIDADE de Licitação N.º 041/2019, que tem por objetivo a CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAL DO SETOR ARTÍSTICO PARA A REALIZAÇÃO DE SHOW DO CANTOR "JORGE ARAGÃO", PARA APRESENTAÇÃO DURANTE OS EVENTOS DE COMEMORAÇÃO AO ANIVERSÁRIO DA CIDADE QUE OCORERÃO ENTRE OS DIAS 21 E 25 DE AGOSTO DE 2019, NO CEAR.

Araraquara, 30 de JULHO de 2019

JULIANA PICOLI AGATTE

Secretaria Municipal de Gestão e Finanças

RATIFICAÇÃO

A Secretária Municipal de Gestão e Finanças no uso das atribuições que lhe são conferidas por Lei, COMUNICA que RATIFICA nos termos consubstanciados do Parecer da Comissão Permanente de Licitações nº 015/2019, em conformidade com o Artigo 25, inciso III da Lei 8.666/93, a INEXIGIBILIDADE de Licitação N.º 040/2019, que tem por objetivo a CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAL DO SETOR ARTÍSTICO PARA A REALIZAÇÃO DE SHOW DA DUPLA "HUGO E TIAGO", PARA APRESENTAÇÃO DURANTE OS EVENTOS EM COMEMORAÇÃO AO ANIVERSÁRIO DA CIDADE QUE OCORERÃO ENTRE OS DIAS 21 E 25 DE AGOSTO DE 2019, NO CEAR.

Araraquara, 30 de JULHO de 2019.

JULIANA PICOLI AGATTE

Secretaria Municipal de Gestão e Finanças

ARARAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARAS

SERVIÇO DE ÁGUA E ESGOTO E MEIO AMBIENTE

AVISO DE ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2019: OBJETO: Contratação de empresa especializada para prestação de serviços gerais de engenharia para demolição, cercamento de áreas e colocação de portões em várias unidades do SAEMA, de acordo com as especificações no Termo de Referência, Planilha Orçamentária, Cronograma Físico-Financeiro e projeto contidos no Edital. O Saema – Serviço de Água e Esgoto do Município de Araras, torna público para conhecimento dos interessados, que o Sr. Ari Osvaldo Fischer Filho, Presidente Executivo, ADJUDICA e HOMOLOGA a presente licitação à empresa PRODEX-CONSTRUTORA E COMERCIAL LTDA – EPP, CNPJ nº 63.984.652/0001-28, no valor total de R$ 235.684,01 (duzentos e trinta e cinco mil e seiscentos e oitenta e quatro reais e um centavos).

AVISO DE HOMOLOGAÇÃO

PREGÃO PRESENCIAL Nº 013/2019: OBJETO Aquisição de Motores Elétricos de baixa tensão, de acordo com as especificações contidas no Anexo I – Termo de Referência do edital. O SAEMA - Serviço de Água, Esgoto e Meio Ambiente do Município de Araras, torna público para conhecimento dos interessados, que o Sr. Ari Osvaldo Fischer Filho, Presidente Executivo, HOMOLOGA a presente licitação à empresa M. GUIMARAES ENGENHARIA ELÉTRICA LTDA., CNPJ nº 58.272.428/0001-73, vencedora do lote nº 01, totalizando R$ 48.950,00 e Lote nº 02, totalizando R$ 210.346,00.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 014/2019: OBJETO Aquisição parcelada de 1.800 (mil e oitocentas) resmas de Papel Ofício A4, peso 75g/m², Alcalino, não reciclado, nas medidas de 210 mm X 297 mm (material de expediente), para reposição de estoque do almoxarifado da Autarquia, pelo período de 12 (doze meses, de acordo com as especificações contidas no Termo de Referência, Anexo I do Edital. O SAEMA - Serviço de Água, Esgoto e Meio Ambiente do Município de Araras, torna público para conhecimento dos interessados, que o Sr. Ari Osvaldo Fischer Filho, Presidente Executivo, HOMOLOGA a presente licitação à empresa LUANA BAIOCCHI GONÇALVES EIRELI - ME, CNPJ nº 31.383.238/0001-77, vencedora do lote nº 01, totalizando R$ 35.280,00.

Araras, 30 de julho de 2019

Ari Osvaldo Fischer Filho - Presidente Executivo

Simone Ap. B. de Andrade dos Santos - Chefe da Divisão de Compras e Licitações

ASPÁSIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASPÁSIA

EDITAL DE PUBLICAÇÃO

MODALIDADE PREGÃO Nº 019/2019

A Prefeitura Municipal de Aspásia (SP) torna público que fará realizar o certame licitatório na modalidade de Pregão Presencial, para contratação de empresa especializada para fornecimento de 03 (três) monitores de transporte escolar para acompanhamento no transporte de alunos da rede de ensino desta municipalidade.

Os documentos para o credenciamento, envelope proposta e documentação de habilitação deverão ser entregues à Rua Santos, nº 350, centro, nesta cidade, impreterivelmente até as 09h00min do dia 13 de Agosto de 2019, no Setor de Compras da Prefeitura Municipal e o credenciamento e abertura dos envelopes será realizado na sequência.

Edital Completo e maiores informações serão fornecidas pelo Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 11h00min e das 13h00min às 16h00min, pelo telefone (017) 3664-8780 ou pelo site www.aspasia.sp.gov.br.

Prefeitura Municipal de Aspásia (SP), em 30 de julho de 2019

JOSUÉ EDUARDO DE ASSUNÇÃO - Prefeito Municipal

ASSIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ASSIS

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA

Ref.: Processo 085/19 - Pregão 062/19 - Registro de Preços para Aquisição de Equipamentos e Suprimentos de Informática. Encerramento: 09:00 horas do dia 13/08/2019. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Rui Barbosa, 1066, Assis(SP), e no endereço http://www.assis.sp.gov.br. Informações: (18) 3322-2574.

Assis (SP), 30 de julho de 2019.

José Aparecido Fernandes - Prefeito

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA - EDITAL CONSOLIDADO DE LICITAÇÃO Nº 042/2019

Ref.: PREGÃO PRESENCIAL Nº 025/2019 - DATA DA REALIZAÇÃO: 12/08/2019 às 09h30min. Registro de preços para eventual aquisição de equipamentos, acessórios, licenças e instalações de informática. Íntegra do Edital com alterações consolidadas no site www.fema.edu.br - Informações: (18) 3302-1055 ou pelo e-mail compras@femanet.com.br ou licitacaofema@gmail.com.br

Assis (SP), 30 de julho de 2019

Maria Salete Porto Steiger Elias – Pregoeira Oficial

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS

COMUNICADO DE INTERPOSIÇÃO DE RECURSO

Ref.: Processo Licitatório 026/19 – Concorrência Pública 002/2019 - Contratação de Agencia de Propaganda nos Termos da Lei nº 12.232/10, Visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Comunicamos que a empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME interpôs, na data de 30/07/2019, recurso administrativo acerca das pontuações atribuídas à própria recorrente e à recorrida AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO 25 LTDA – ME, realizadas pela Subcomissão Técnica e proclamada na Segunda Sessão ocorrida em 23/07/2019. É a síntese. Comunicamos, ainda, que a empresa AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO 25 LTDA – ME interpôs, na data de 30/07/2019, recurso administrativo acerca do Caderno de Plano de Comunicação e Proposta Técnica apresentados pela recorrida QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME. É a síntese. Ficam as recorridas desde já cientes, a partir desta data, da abertura no prazo de 5 (cinco) dias úteis para, se quiser, apresentarem respectivas contrarrazões ao recursos administrativos. Abre-se vistas ao processo para partes interessadas, bem como a disponibilidade de extração das cópias indispensáveis ao exercício de defesa. Informações: (18) 3302-1055.

Assis (SP), 30 de julho de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias – Presidente da Comissão de Licitações.

ATIBAIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ATIBAIA

AVISO DE RATIFICAÇÃO. PROCESSO N.º 25.103/19 – INEXIGIBILIDADE Nº 018/19 – RATIFICAÇÃO – Vistos, Ratifico a Inexigibilidade de licitação para a contratação de show musical com a cantora "Ledi Brandão" para o encerramento do festival de Inverno 2019 a realizar-se no dia 10/06/19, através da empresa SOM & CIA PROMOÇÃO E PRODUÇÕES ARTÍSTICAS LTDA, no valor total de R$ 40.000,00 (QUARENTA MIL REAIS), com fundamento no artigo 25, inciso III da Lei de Licitações n.º 8.666/93, de acordo com o parecer da Procuradoria-Geral do Município constante nos autos, e determino a publicação na Imprensa Oficial no prazo de 05 (cinco) dias, em conformidade com o disposto no artigo 26 da Lei n.º 8.666/93, dispensando-se o Termo de Contrato com sua substituição pela Nota de Empenho de Despesa, nos termos do artigo 62 da Lei de Licitações. Retorne-se o processo à Secretaria de Administração para os fins legais. PREFEITURA DA ESTÂNCIA DE ATIBAIA, aos 30 dias do mês de julho de 2019. ROBERTA ENGLE BARSOTTI DE SOUZA – Secretaria de Cultura. Secretaria de Administração, 30 de julho de 2.019. -Daniela Marques Vieira Barbosa- Diretora do Departamento de Compras e Licitações.

AVANHANDAVA

PREFEITURA MUNICIPAL DE AVANHANDAVA

Pregão Presencial nº 20/2019

Registro de Preços com Cota Reservada

Processo nº 50/2019

A Prefeitura Municipal de Avanhandava, Estado de São Paulo, torna público que se acha aberta o Pregão Presencial nº 20/2019, destinada: Objeto: Registro de Preços visando futuras aquisições de materiais de higiene e limpeza para diversos setores, com entrega parcelada, conforme anexo I. O certame será do tipo "Menor Preço por item". Recebimento e abertura dos envelopes de proposta até o dia 13/08/2019 às 09h00m. Local: Prefeitura Municipal de Avanhandava/SP – EDITAL COMPLETO e ESCLARECIMENTOS: Praça Santa Luzia, 61 – Centro – CEP: 16.360-000 – Avanhandava/SP, Telefone (18) 3651 9200, ramal 215, no horário de expediente, bem como afixado no Paço Municipal e disponível no site oficial do município. Avanhandava/SP, 30 de julho de 2019. Ciro Augusto Moura Veneroni – Prefeito Municipal.

Pregão Presencial nº 21/2019

Processo nº 51/2019

A Prefeitura Municipal de Avanhandava, Estado de São Paulo, torna público que se acha aberta o Pregão Presencial nº 21/2019, destinada: Objeto: Contratação de empresa para fornecimento de vale alimentação em cartão magnético com clip para os funcionários da Prefeitura Municipal de Avanhandava, conforme descrições constantes do anexo I. O certame será do tipo "Menor Preço Global". Recebimento e abertura dos envelopes de proposta até o dia 13/08/2019 às 14h00m. Local: Prefeitura Municipal de Avanhandava/SP – EDITAL COMPLETO e ESCLARECIMENTOS: Praça Santa Luzia, 61 – Centro – CEP: 16.360-000 – Avanhandava/SP, Telefone (18) 3651 9200, ramal 215, no horário de expediente, bem como afixado no Paço Municipal e disponível no site oficial do município. Avanhandava/SP, 30 de julho de 2019. Ciro Augusto Moura Veneroni – Prefeito Municipal.

BANANAL

PREFEITURA MUNICIPAL DE BANANAL

CONTRATO: 18/19, OBJETO: CONTRATAÇÃO DE PESSOA JURÍDICA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTINUADOS DE MANUTENÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA. CONTRATADA: J. E. W. AUTO CENTER DE BARRA MANSA LTDA, VALOR: R$ 103.617,34; VALIDADE. 22/02/19 A 21/02/20

CONTRATO: 21/19, OBJETO: AQUISIÇÃO DE VEÍCULO AMBULÂNCIA, 0 KM, EM ATENDIMENTO À SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE CONTRATADA: BELABRU COMERCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA, VALOR: R$ 77.900,00; VALIDADE: 01/03/19 A 29/02/20

CONTRATO: 22/19, OBJETO: REALIZAÇÃO DO CARNAVAL 2019. CONTRATADA: DAVI MAIA DE OLIVEIRA ME, VALOR: R$ 159.350,00; VALIDADE: 28/02/19 A 27/07/19

CONTRATO: 23/19, OBJETO: REALIZAÇÃO DO CARNAVAL 2019. CONTRATADA: CONTBAN LOCAÇÃO DE CONTAINER E BANHEIRO QUÍMICO LTDA ME, VALOR: R$ 14.000,00; VALIDADE: 28/02/19 A 27/05/19

BARBOSA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARBOSA

COMUNICADO

PROCESSO Nº 46/2019

TOMADA DE PREÇO Nº 04/2019

EDITAL Nº 30/2019

PAULO CESAR BALIEIRO, Prefeito Municipal de Barbosa, no uso de suas atribuições legais, comunica a todos os interessados que se encontra aberta Licitação na modalidade TOMADA DE PREÇO Nº 04/2019, PROCESSO Nº 46/2019 e EDITAL Nº 30/2019, tendo como objeto: Contratação de empresa especializada objetivando a construção de portais turísticos no município (convênio – Processo nº 01009632-59.2013). Referido certame tem o encerramento previsto para o dia 15 de Agosto de 2019, às 10:00h. Para maiores informações e retirada do Edital na íntegra, procurar a Comissão de Licitações da Prefeitura Municipal de Barbosa, na Rua São João, nº 220, Barbosa – SP, no horário das 08h00m às 12h00m e das 13h00m às 17h00m, de segunda à sexta-feira, ou pelo telefone (18) 3655-9133 Email: licitacao@barbosa.sp.gov.br e pelo SITE do Município www.barbosa.sp.gov.br.

Barbosa, 26 de Julho de 2019.

PAULO CESAR BALIEIRO - Prefeito Municipal

Registrado e Publicado no mural de avisos da Prefeitura Municipal, o qual permanecerá afixado pelo prazo de 30 (trinta) dias.

IVONEI DE FATIMA SOARES CRISTAL - Resp. p/ Exp. da Secretaria

BARRA DO TURVO

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA DO TURVO

EXTRATO DE ATA DO CONTRATO Nº 006/2019

Contratante: MUNICIPIO DE BARRA DO TURVO/SP

CNPJ: 46.634.317/0001-80

Contratado: MEDPAPER COMÉRCIO DE MATERIAIS MÉDICOS E HOSPITALARES – EIRELI-ME.

CNPJ: 15.311.878/0001-15

OBJETO DO CONTRATO: Aquisição de medicamentos para atendimento dos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) do município de Barra do Turvo – SP, em atendimento a Secretaria Municipal de Saúde, pelo período de 12 (doze) meses.

PRAZO DE VIGÊNCIA: O presente contrato vigorará pelo período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura do termo de ata contrato.

DO VALOR CONTRATUAL: O valor total dos itens ganhos no certame é de R$ 813 113,90 (oitocentos e treze mil, cento e treze reais e noventa centavos).

Barra do Turvo, 22 de Julho de 2019.

JEFFERSON LUIZ MARTINS - Prefeito Municipal

DEPARTAMENTO DE COMPRAS E LICITAÇÕES

EXTRATO DE ATA DO CONTRATO Nº 007/2019

Contratante: MUNICIPIO DE BARRA DO TURVO/SP

CNPJ: 46.634.317/0001-80

Contratado: MEDPAPER COMÉRCIO DE MATERIAIS MÉDICOS E HOSPITALARES – EIRELI-ME.

CNPJ: 15.311.878/0001-15

OBJETO DO CONTRATO: AQUISIÇAO DE MATERIAL DE ENFERMAGEM PARA USO NA UBS III E ESF'S E PRONTO ATENDIMENTO MUNICIPAL, PELO PERIODO DE 12 MESES, ATENDENDO SOLICITAÇÃO DA SECRETARIA DE SAUDE MUNICIPAL.

PRAZO DE VIGÊNCIA: O presente contrato vigorará pelo período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura do termo de ata contrato.

DO VALOR CONTRATUAL: O valor total dos itens ganhos pela empresa é de R$ 963.166,16 (novecentos e sessenta e três mil e cento e sessenta e seis reais e dezessais centavos).

Barra do Turvo, 24 de Julho de 2019.

JEFFERSON LUIZ MARTINS - Prefeito Municipal

DEPARTAMENTO DE COMPRAS E LICITAÇÕES

EXTRATO DE ATA DO CONTRATO Nº 008/2019

Contratante: MUNICIPIO DE BARRA DO TURVO/SP

CNPJ: 46.634.317/0001-80

Contratado: ROCHA COMERCIO LTDA-EPP

CNPJ: nº. 41.714.981/0001-16

OBJETO DO CONTRATO: AQUISIÇAO DE MATERIAL DE ENFERMAGEM PARA USO NA UBS III E ESF'S E PRONTO ATENDIMENTO MUNICIPAL, PELO PERIODO DE 12 MESES, ATENDENDO SOLICITAÇÃO DA SECRETARIA DE SAUDE MUNICIPAL.

PRAZO DE VIGÊNCIA: O presente contrato vigorará pelo período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura do termo de ata contrato.

DO VALOR CONTRATUAL: O valor total dos itens ganhos pela empresa é de R$ à R$ 27.574,20 (vinte e sete mil, quinhentos e setenta e quatro reais e vinte centavos)

Barra do Turvo, 24 de Julho de 2019.

JEFFERSON LUIZ MARTINS - Prefeito Municipal

DEPARTAMENTO DE COMPRAS E LICITAÇÕES

BARRETOS

PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRETOS

Guilherme Henrique de Ávila, Prefeito Municipal de Barretos – Estado de São Paulo, homologa o Pregão Eletrônico nº 06/19, Edital: 78/19 - Objeto: Aquisição de material de consumo para execução da proteção social básica, proteção especial de média complexidade e IGD Bolsa Família, com recursos do Governo Federal e adjudico o objeto do presente processo licitatório em favor da seguinte empresa: 1 – CICOMAQ MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO EIRELI ME- pelo menor preço unitário ofertado - item 1 – R$ 215,00; item 2 – R$ 99,00; item 3 – R$ 44,90; item 4 – R$ 359,00; item 5 – R$ 64,80; item 6 – R$ 148,80; item 7 – R$ 54,90; item 8 – R$ 18,80; item 9 – R$ 7,70; item 10 – R$ 30,80; item 11 – R$ 52,75, item 12 – R$ 55,40; item 14 – R$ 31,80; item 15 – R$ 0,05, item 16 – R$ 13,65, item 17 – R$ 34,80; item 18 – R$ 30,80; item 19 – R$ 37,80; item 20 – R$ 24,40; item 21 – R$ 4,45, item 22 – R$ 1,38; item 24 – R$ 37,90; item 25 – R$ 89,20; item 26 – R$ 29,89; item 27 – R$ 3,80; item 28 – R$ 6,70; item 29 – R$ 31,89; item 30 – R$ 8,60; item 31 – R$ 32,00; item 32 – R$ 26,89; item 33 – R$ 45,70; item 34 – R$ 55,97; item 35 – R$ 54,97; item 36 – R$ 5,48; item 37 – R$ 9,77;

Licitações: Pregão e Contratos

Aviso de abertura do certame

COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA
Ref.: Processo 085/19 - Pregão 062/19 - Registro de Preços para Aquisição de Equipamentos e Suprimentos de Informática. Encerramento: 09:00 horas do dia 13/08/2019. Íntegra do Edital no Departamento de Licitações, na Avenida Rui Barbosa, 1066, Assis(SP), e no endereço http://www.assis.sp.gov.br. Informações: (18) 3322-2574.
Assis (SP), 30 de julho de 2019.

José Aparecido Fernandes - Prefeito

"EXTRATO DE TERMO ADITIVO Nº 001/2019"
REF.: Processo nº 049/2018 - Chamada Pública nº 003/2018 - Contrato nº 061/18 - CONTRATANTE: Prefeitura Municipal de Assis - CONTRATADA: Nadim Yehia Naufal – 22468024826 – CNPJ nº 27.141.199/0001-24 - OBJETO: Prorrogação do prazo do Credenciamento de Instrutores – VALOR GLOBAL: R$ 37.680,00 - PAGAMENTO: 5° (quinto) dia útil após o mês vencido - VIGÊNCIA: 12 meses. - FUNDAMENTO LEGAL: artigo 57, inciso II e parágrafo segundo da Lei nº 8.666/93.
Assis, 30 de julho de 2019.

JOSÉ APARECIDO FERNANDES - PREFEITO

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
COMUNICADO DE LICITAÇÃO ABERTA - EDITAL CONSOLIDADO DE LICITAÇÃO Nº 042/2019
Ref.: PREGÃO PRESENCIAL Nº 025/2019 - DATA DA REALIZAÇÃO: 12/08/2019 às 09h30min. Registro de preços para eventual aquisição de equipamentos, acessórios, licenças e instalações de informática. Íntegra do Edital com alterações consolidadas no site www.fema.edu.br - Informações: (18) 3302-1055 ou pelo e-mail compras@femanet.com.br ou licitacaofema@gmail.com.br
Assis (SP), 30 de julho de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias – Pregoeira Oficial

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
COMUNICADO DE INTERPOSIÇÃO DE RECURSO
Ref.: Processo Licitatório 026/19 – Concorrência Pública 002/2019 - Contratação de Agencia de Propaganda nos Termo da Lei nº 12.232/10, Visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Comunicamos que a empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME interpôs, na data de 30/07/2019, recurso administrativo acerca das pontuações atribuídas à própria recorrente e à recorrida AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME, realizadas pela Subcomissão Técnica e proclamada na Segunda Sessão ocorrida em 23/07/2019. É a síntese. Comunicamos, ainda, que a empresa AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME interpôs, na data de 30/07/2019, recurso administrativo acerca do Caderno de Plano de Comunicação e Proposta Técnica apresentados pela recorrida QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME. É a síntese. Ficam as recorridas desde já cientes, a partir desta data, da abertura no prazo de 5 (cinco) dias úteis para, se quiser, apresentarem respectivas contrarrazões ao recursos administrativos. Abre-se vistas ao processo para partes interessadas, bem como a disponibilidade de extração das cópias indispensáveis ao exercício de defesa. Informações: (18) 3302-1055.
Assis (SP), 30 de julho de 2019.

Maria Salete Porto Steiger Elias – Presidente da Comissão de Licitações.

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
TERMO DE ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO.
REF.: PREGÃO Nº 028/2019 - PROCESSO LICITATÓRIO Nº 057/2019. De posse dos documentos que compõem o processo referenciado que objetivou o AQUISIÇÃO DE EQUIPAMENTOS, MATERIAIS E INSTRUMENTOS MÉDICO-HOSPITALARES PARA ATENDER AS NECESSIDADES DO CURSO DE MEDICINA DA FEMA, conforme especificações constantes do Termo de Referência – Anexo I do Edital, e a manifestação contida nos autos do processo, HOMOLOGO todo o procedimento realizado, e de igual forma ADJUDICO, pelo critério de menor preço, a empresa R.A. DOS SANTOS DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS HOSPITALARES - EIRELI, os itens 1, 22, 24, 29 e 35, perfazendo o valor total de R$ 17.963,00; a empresa CIRULABOR PRODUTOS CIRURGICOS LTDA, os itens 2, 3, 6, 8, 9, 10, 18, 19, 20, 36, 37, 38 e 42, perfazendo o valor total de 6.014,40; a empresa PLÁCIDO COM. DE MAT. CIRURGICOS E HOSPITALARES EIRELI - ME, os itens 4, 5, 11, 12, 13, 14, , 17, 23, 25, 27, 30, 31 e 43, perfazendo o valor total de R$12.005,48; a empresa BLP COMÉRCIO DE PRODUTOS LABORATORIAIS LTDA ME, os itens 7, 16, 26 e 28, perfazendo o valor total de R$2.420,32 e por fim, a empresa QUICKBUM E-COMERCE - EIRELI, os itens 21 e 34, perfazendo o valor total de R$ 10.200,00. O certame perfez o valor global de R$ 48.603,20.
Assis, 30 de julho de 2019.

Eduardo Augusto Vella Gonçalves – Diretor Executivo.

Revogação

Fundação Educacional do Município de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

COMUNICADO

Processo Licitatório N° 026/2019
Concorrência Pública N° 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N° 12.232/10, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A LICITANTE QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME,

A Comissão Permanente de Licitação da Fundação Educacional Município de Assis - FEMA faz saber a QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTA – ME a existência de recurso administrativo interposto pela empresa AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 – ME na data de 30/07/2019.

Publicado na Imprensa Oficial nesta data de 31/07/2019, fica aberto o prazo de 5 (cinco) dias para, se quiser, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo.

Ainda, abrem-se vistas ao processo para as partes interessadas, bem como a disponibilidade de extração de cópias indispensáveis ao exercício de defesa.

Sem mais.

Assis, 31 de julho de 2019.

Maria Salete Steiger Porto Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

31/07/2019.

A Ilustríssima Senhora
Carolina Tomiko Yazlle Maciel
M.D. representante legal da QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME

C L FEMA
Fls nº 356

COMUNICADO

Processo Licitatório N° 026/2019
Concorrência Pública N° 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N° 12.232/10, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A LICITANTE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME,

31/07/19

A Comissão Permanente de Licitação da Fundação Educacional Município de Assis - FEMA faz saber a AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME a existência de recurso administrativo interposto pela empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME na data de 30/07/2019.

Publicado na Imprensa Oficial nesta data de 31/07/2019, fica aberto o prazo de 5 (cinco) dias para, se quiser, apresentar contrarrazões ao recurso administrativo.

Ainda, abrem-se vistas ao processo para as partes interessadas, bem como a disponibilidade de extração de cópias indispensáveis ao exercício de defesa.

Sem mais.

Assis, 31 de julho de 2019.

Maria Salete Steiger Porto Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Ao Ilustríssimo Senhor
André Gustavo Kanthack Paccini
M.D. representante legal da AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME

C L. FEMA
Fls. nº 3572

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/FEMA

PROCESSO Nº. 026/19
EDITAL 023/19 – CONCORRENCIA 02/19

REQUERIMENTO

A **AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA-ME**, por meio de seu representante legal que esta subscreve **ANDRÉ GUSTAVO KANTHACK PACCINI**, já qualificado nos autos em epigrafe, vêm, à presença de Vossa Senhoria requerer extração de cópia integral do recurso administrativo, interposto pela empresa **QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA ME.**, assim como também a cópia do Invólucro 1 e do Invólucro 3, da empresa supracitada.

Nesses termos,

Pede requerimento.

Assis, 31 de julho de 2019.

ANDRÉ KANTHACK PACCINI

Agência de Comunicação Z5 Ltda
CNPJ: 09.269.109/0001-01

C L FEMA
Fls nº 3587

DECLARAÇÃO

Processo Licitatório N° 026/2019
Concorrência Pública N° 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.°12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA - ME, por meio do preposto infra assinado, em razão do Ofício datado de 31 de julho de 2019 – Assunto: Solicitação de extração de cópias, DECLARA ter recebido, na data e hora indicadas, do Setor de Licitação da Fundação Educacional do Município de Assis, os documentos abaixo solicitados:

1. Cópia do Recurso Administrativo interposto pela empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME;
2. Cópia do Conteúdo do Envelope n.° 1 da QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME;
3. Cópia de Conteúdo de Envelope n.° 3 da QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME.

RECEBIMENTO:

DATA: 01 / 08 /2019.
HORÁRIO: 13 h 35 min.

André Gustavo Manthalk Paccini
NOME:
Cargo: Diretor
RG n.°: 25496462

C L FEMA
Fls nº 3592

Assis, 01 de agosto de 2019

A Ilustríssima Senhora
Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação / Fema

Assunto: Solicitação de vistas de Recurso

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 – Concorrência 02/19 – Contratação de Agência de Propaganda, visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME, com sua sede na Rua das Rosas, n° 100, Jardim Santa Amélia, CEP n° 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem respeitosamente à presença de V. Senhoria, por intermédio de seu representante legal que esta subscreve, solicitar vistas ao RECURSO ADMINISTRATIVO INTERPOSTO PELA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 – ME.

No aguardo e sem mais para o momento,

Agradecemos,

Carolina Tomiko Yazlle Maciel
RG 24.657.786-1

Quest
comunicação total

C L FEMA
Fls nº 360

Ao Departamento de Licitação
A/C Sra. Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Em 06/08/2019

C. L. FEMA
Fls nº 3617

A Ilustríssima Senhora
Maria Salete Porto Steiger Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação / Fema

Assis-SP, 06 de agosto de 2019.

Assunto: Solicitação de vistas de Recurso

Ref.: Processo 026/19 – Edital 023/19 – Concorrência 02/19 – Contratação de Agência de Propaganda, visando Serviços de Publicidade da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA - ME, com sua sede na Rua das Rosas, n° 100, Jardim Santa Amélia, CEP n° 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem respeitosamente à presença de V. Senhoria, por intermédio de seu representante legal que esta subscreve, apresentar suas CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO, interposto pela empresa Agência de Comunicação Z5 LTDA – ME.

No aguardo e sem mais para o momento,

Agradecemos,

Carolina Tomiko Yazlle Maciel
RG 24.657.786-1

Recebi em 06/08/19 às 16:27 min
Seção de Materiais FEMA

ILMA. SRA. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS – FEMA.

Processo Licitatório nº 026/2019
Edital nº 023/2019
Concorrência nº 002/2019

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL, com sua sede na Rua das Rosas, nº 100, Jardim Santa Amélia, CEP nº 19.816-080, no município de Assis, Estado de São Paulo, inscrita no C.N.P.J. sob n.º 02.436.740/0001-09, vem, por seu representante legal que esta subscreve, respeitosamente, à presença de V. Senhoria, com fulcro no art. 109, §3º, da Lei 8666/93, tempestivamente, apresentar suas **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO,** interposto pela empresa **Agência de Comunicação Z5 Ltda - ME**, já devidamente qualificada, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas:

1) DOS FATOS E FUNDAMENTOS JURÍDICOS

A ora Recorrida **Quest Comunicação Total**, por ocasião da 2ª sessão do Certame, foi classificada juntamente com a Recorrente a prosseguir na disputa, ainda que com a menor pontuação referente a proposta técnica, a qual foi objeto de recurso.

Inconformada com o resultado, a Recorrente **Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME**, na tentativa de persuadir a Administração Pública e tentar induzi-la ao erro, visando a desclassificação da Recorrida, interpôs o presente Recurso Administrativo, valendo-se de argumentos totalmente contraditórios e

desprovidos de embasamento legal, os quais não têm a mais remota possibilidade de prosperar, conforme será demonstrado a seguir:

2) DO INVÓLUCRO Nº01- Caderno de Plano de Comunicação- Via não Identificada

Alega a Recorrente em apertada síntese, que o caderno de plano de comunicação-Via não identificada, apresentado pela ora Recorrida, *"estava com uma página quase que totalmente solta da espiral do caderno"* e que estaria violando o subitem 8.2.2, II do Edital.

Completamente infundada a alegação da Recorrente Z5, vez que, não só o caderno de Plano de Comunicação, mas como todos os demais cadernos apresentados pela Recorrida na presente Licitação, estavam intactos e em perfeito estado, não havendo que se falar em possibilidade de identificação da Licitante.

A ora Recorrente, seguiu fielmente as regras contidas no Edital, e em momento algum usou qualquer artifício que pudesse identificá-la como Licitante, ao juntar seus documentos nos invólucro nº01, via não identificada.

Portanto, referida alegação deve ser desconsiderada por essa Ilustre Comissão, vez que não corresponde a verdade dos fatos.

3) PROPOSTA TÉCNICA – BRIEFING FICTÍCIO

Alega ainda a Recorrente, também sem qualquer razão, que a Recorrida deve ser desclassificada pois o a proposta técnica deveria ter sido feita com base no briefing fictício, conforme descrito no anexo 07, onde era disponibilizada uma verba de R$850.000,00 (oitocentos e cinquenta mil reais), e que teria apresentado uma proposta técnica com base no briefing real, com uma verba de R$800.000,00 (oitocentos mil reais).

Conforme relatado pela Recorrente, a verba disponibilizada para elaboração da proposta técnica, era de R$850.000,00 (oitocentos e cinquenta mil reais), entretanto, o Edital não exigiu em momento algum que o valor fosse utilizado na sua totalidade.

A Exigência prevista no Edital, item 6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, em momento algum previu a utilização da totalidade do valor, mas sim que todos os itens descritos nos subitens de produção e mídia estivessem presentes na elaboração da proposta.

Pode-se observar no quadro de resumo de investimentos que todos os itens foram devidamente observados e valorados conforme previsto no Edital, sendo que a Recorrida apenas alocou da melhor maneira a verba disponibilizada.

Assim, pode-se dizer que existia previsão de valor total a ser utilizado, e não obrigatoriedade de utilização do valor total.

4 – DA CONCLUSÃO

Diante do exposto, uma vez que a Recorrida atendeu todas as exigências contidas no Edital, outra solução não há, senão o presente Recurso ser julgado totalmente improcedente, pois este é totalmente fantasioso e infundado, prosseguindo com a conclusão do presente Certame.

Nesses termos,
Pede deferimento.
Assis - SP, 05 de agosto de 2019.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL.

02.436.740/0001-09
I. E. **ISENTO**
Inscr. Mun. 27880
QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA. - EPP
Rua das Rosas, 100
Jd. Santa Amélia - CEP 19816-080
ASSIS - SP

C L FEMA
Fls nº 3668

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/FEMA

Processo Licitatório Nº. 026/19
Edital nº. 023/2019
Concorrência 002/2019

Recebi em 27/08/19 as 13 h 32 min
Seção de Materiais FEMA

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA-ME, já qualificada no processo licitatório em epígrafe, por meio de seu representante legal que esta subscreve, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, tempestivamente, apresentar suas **CONTRARRAZÕES** ao recurso administrativo interposto pela licitante **QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL**, pelos motivos de fato e de direito a seguir expostos:

BREVE SÍNTESE DOS FATOS

No dia 23 de julho de 2019, a empresa recorrida obteve classificação em primeiro lugar no processo licitatório supramencionado.

Inconformada com a decisão proferida pela Comissão de Licitação, a recorrente interpôs recurso administrativo questionando alguns pontos da campanha apresentada pela recorrida. Quais sejam:

- Raciocínio Básico
- *Estratégia de Comunicação Publicitária*
- Idéia Criativa
- Invólucro 3 – Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
- Capacidade de Atendimento
- Repertório

Ocorre que o inconformismo da recorrente é totalmente infundado, pois assertivo foi o julgamento da Subcomissão Técnica quanto aos itens acima citados. Senão vejamos:

DO RACIOCÍNIO BÁSICO

No tocante a esse tópico, a Recorrente questiona se a recorrida teria informações privilegiadas, por ter citado em sua campanha um aumento de 20% (vinte por cento) nas inscrições para o vestibular da FEMA 2020.

Cumpre esclarecer que tal citação da Recorrida se deu por sua vontade de fazer acontecer, pela confiança que esta tem de que o aumento seria possível, levando-se em conta o potencial da campanha apresentada, sua qualidade e as estratégias dispostas no Plano de Comunicação, bem como nas outras variáveis externas presentes (credibilidade da instituição junto ao público alvo, aumento de

interesse em cursos superiores, etc...), que fatalmente dariam suporte para o aumento pretendido.

Frise-se que em momento algum foi citado o número de inscritos no vestibular da FEMA do ano passado.

Nessa esteira, vale ressaltar que as notas atribuídas às duas licitantes no quesito "Raciocínio Básico", não demonstram em nenhum momento que a vantagem da recorrida se deu pela referida projeção de percentual de aumento no número de matrículas.

Assim, quanto ao tópico em questão, verifica-se que Subcomissão Técnica agiu de maneira correta e honesta, observando e preservando integralmente os Princípios da Isonomia e da Legalidade do Edital, não havendo embasamento para as alegações da Recorrente.

DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Nesse tópico, a Recorrida é questionada por ter incluído em sua Estratégia de Comunicação Publicitária, algumas ações diferenciadas.

Ora, a Recorrida, ao apresentar sua campanha, tem como escopo sua efetividade e originalidade.

Entende-se que o Edital, em nenhum de seus itens, veda o uso da criatividade. Pelo contrário, o que se espera de uma boa campanha é a diferenciação nas ações, na busca de criar uma imagem única e original da Instituição.

Corrobora com a afirmação acima o Edital da licitação em pauta, em seus itens abaixo relacionados:

> **6.2.2 – Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto,**

gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

6.2.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

Ademais, a própria Recorrente incluiu em sua campanha o item **"Painel Lambe- Lambe"**, não arrolada no briefing fictício, o que reforça a interpretação da licitante Recorrida sobre a validade da inclusão de peças diferenciadas nas campanhas.

Quanto à presumida ilegalidade na apresentação da campanha em dois formatos de tabelas de mídia - geral e fictício – deve-se pontuar que o anexo 05, contendo a previsão real da execução dos serviços, é parte integrante do Processo Licitatório 026/2019 – Concorrência 002/2019.

Por entender que o anexo retro mencionado deveria ser apresentado, este foi estudado e incluído junto ao Plano de Comunicação Publicitária. Quanto a ser ou não pontuado, é uma tarefa que não cabe à Recorrida, cabendo-lhe apenas procurar apresentar o Plano de Comunicação Publicitária da forma mais adequada e completa possível e confiar nas inclusões ou descartes feitos pela douta subcomissão técnica, que avaliou a presente concorrência.

Da mesma forma, quanto à arguição da Recorrente relativa à contratação de trabalho do inbound marketing, resta apontar que ela se trata de uma Ação Diferenciada, integrante da campanha apresentada pela Recorrida e, no entender desta, perfeita e legalmente autorizada pelo disposto nos itens 6.2.2., 6.2.2.II e 6.2.3.1. do Edital nº023/2019-FEMA.

Ainda sobre a contratação de inbound marketing deve-se registrar que, apesar do contrato com a empresa de automação ser de um ano, na planilha foi lançado apenas o numerário correspondente aos 2 meses de uso efetivo da ferramenta durante a campanha do Vestibular, de forma a garantir a obtenção das métricas e resultados verdadeiros da campanha em pauta.

O contrato de um ano foi rateado por 12 (doze) meses, com apontamento dos 2 (dois) meses a serem utilizados na campanha do Vestibular e as demais cotas poderiam ser utilizadas em outras demandas da FEMA ao longo de todo ano de 2020.

Registrou-se ainda que, diferentemente do que a Recorrente alega, a ferramenta de inbound marketing tem previsão de utilização para apenas 2 meses, e não 3 meses, uma vez que seria acionada apenas a partir da Etapa 2 da campanha.

Nota-se que tanto no questionamento encaminhado pela Recorrente, sobre os quantitativos e os valores do briefing fictício, quanto na resposta dada pela Comissão da Fema, no dia 06/06/2019, fica claro de que a questão trata somente de quantidade e valores. A Recorrida contempla todos estes aspectos na sua proposta.

Em sua proposta de Campanha a Recorrida obedeceu integralmente o limite de 10 peças publicitárias em atendimento ao disposto no inciso II no item 6.2.3.2. e, no que concerne aos preços de produção, execução técnica de peças a serem utilizadas, os incisos II, III, IV, V, VI do item 6.2.4.1 e incisos I, II, III do item 6.2.4.2.

Observa-se que a obediência rigorosa ao Edital não foi seguida pela Recorrente, uma vez que não detalhou, na simulação de seu plano de distribuição, **os valores percentuais a serem alocados na produção de cada peça ou material de não mídia, conforme demandado pelo Edital em seus incisos III, IV, VI do item 6.2.4.1., nem tampouco fez lançamento correto do valor total do briefing fictício**.

Destaca-se que, segundo o Edital, o briefing fictício aponta que o valor final da campanha deveria totalizar **R$ 850.000,00**, no entanto, a Recorrente acusou em sua planilha o valor final de **R$798.740,90**.

Ressalte-se que de maneira alguma a recorrida se afastou do escopo do edital.

O Edital diz claramente, em seu subitem 6.1. que **a proposta técnica deveria ser elaborada com base no briefing fictício – ANEXO 7 e que ela deveria ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos ali listados**.

A Recorrida se baseou rigorosamente no briefing fictício, mas não se limitou a ele, por entender que este **serviria de base** e de modelo, mas que, em absoluto, não vedaria a inovação e a criatividade.

Nota-se, que a Subcomissão Técnica também foi assertiva em suas notas no tocante a esse item, não assistindo razão aos argumentos apresentados pela Recorrente.

DA IDEIA CRIATIVA

A Recorrida **refuta e repudia com veemência** a acusação de plágio na sua idéia criativa.

No universo da publicidade há vários casos em que existe uma semelhança entre campanhas criadas por diferentes agências, sobretudo se o produto ou serviço pertencem aos mesmos nichos mercadológicos. **Semelhança, absolutamente, não é plágio**.

Nesse sentido se manifesta o TJSP. Vejamos:

ALEGAÇÃO DE PLÁGIO DE OBRA TEATRAL EM CAMPANHA PUBLICITÁRIA. NÃO CARACTERIZAÇÃO. OBRAS QUE PARTEM DE UMA IDEIA COMUM. DECISÃO MANTIDA. RECURSO DESPROVIDO. 1. **É pacífico o entendimento desta Corte de que o objeto de proteção do direito autoral é a criação ou a obra intelectual, e não a ideia em si mesma, sendo plenamente possível a coexistência, sem violação de direitos autorais, de obras com temáticas semelhantes**2. O Tribunal de origem, soberano na análise dos elementos coligidos e amparado na prova pericial, concluiu que as obras partem de uma mesma ideia, antecedente ao desenvolvimento da própria obra da autora, relacionada ao perigo do álcool na direção e à importância de alguém não consumir bebida alcoólica em ocasiões sociais e momentos de lazer para conduzir o automóvel. Trata-se de um conceito comum e até internacional (designated driver), que já foi mote de campanhas promovidas em todo o mundo. 3. **E vero entendimento quanto à inexistência de plágio, mediante o afastamento da conclusão pericial de que as obras possuem coincidências genéricas, porque oriundas de uma ideia comum, mas possuem naturezas, cenários, enredos e desfechos distintos**, demandaria o reexame do contexto fático-probatório dos autos, providência vedada no recurso especial, a teor do disposto na Súmula 7/STJ. 4. Agravo interno disposto. STJ – AGRAVO INTERNO NO RECURSO

ESPECIAL AgInt no REsp 1540743 SP 2013/0135878-3 (grifo nosso)

A ideia criativa da Recorrida, em sua totalidade não tem nada a ver com a campanha da USC Bauru, conforme alegado pela recorrente. Basta notar o conceito empregado, a aplicação da criatividade, layout, direção de arte, desdobramentos nas peças e ações propostas. Não existe nenhum elemento gráfico sequer parecido, o que é nitidamente percebido em uma rápida e simples constatação visual.

Dentro de tal quadrante, claro se mostrou que não houve cópia de nenhum elemento significativo da campanha da USC Bauru, sendo que a campanha proposta pela Recorrida em nada se assemelhou àquela.

A hipótese de plágio levantada pela Recorrente não passa, na realidade, de mera coincidência, levando em consideração se tratar do mesmo mercado, onde as campanhas têm um apelo de persuasão muito próximo. Prova disso é a semelhança do mote da campanha da própria Recorrente com as de outras agências, criadas para marcas do mesmo mercado e mesmo público-alvo da Fema.

Uma rápida busca evidencia a situação, conforme demonstra o link a seguir e suas respectivas imagens:

https://www.youtube.com/watch?v=QSZ8oi6m5ZY

Estaria a Recorrente plagiando outras campanhas?

Fica óbvio que os julgadores avaliaram assertivamente a ideia da Recorrida no que diz respeito à criatividade, originalidade e atualidade, observando a totalidade da ideia criativa, que se diferenciou, e muito, da concorrente.

DO INVÓLUCRO 3 - Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

No que diz respeito aos cadernos do Invólucro 3, referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, os mesmos foram, sim, apresentados em cadernos específicos, ao contrário do que alegou a Recorrente, que diz terem sidos entregues em caderno único.

Foram entregues 3 cadernos, cada qual com sua numeração própria e grampeados, separadamente, em sua borda superior esquerda.

DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Restou inegável que a Recorrente tenha sido vencedora na Capacidade de Atendimento, tanto que recebeu nota máxima de todos os julgadores.

Por outro lado não existe nada na licitante Recorrida que a desabone a ponto de que esta sofra penalidade de redução de pontuação.

A Recorrida está perfeitamente capacitada para suprir todas as demandas da FEMA, sendo que o tamanho da empresa não é indicativo de sua produtividade e nem de sua competência.

DO REPERTÓRIO

Na apresentação de seu repertório, a Recorrida optou por identificar uniformemente seus projetos pelo ano de produção. Justifica-se tal opção pelo que segue:

Dentro de um mesmo projeto foram produzidas várias peças e em diferentes momentos, o mesmo ocorrendo com suas respectivas veiculações. Seria, portanto, inadequado unificar a data de produção, desenvolvimento, veiculação, *exposição, distribuição de cada uma das peças do mesmo projeto.*

A Recorrida entende que o lançamento do ano da produção seja suficiente para compor a ficha técnica do projeto e também prestar atendimento ao disposto no inciso I do item 6.4.1.

Acredita a licitante Recorrida que o mesmo entendimento foi compartilhado pela Recorrente, que na identificação de seu repertório não lançou o dia, apenas o mês e ano.

DA CONCLUSÃO

Diante do exposto, restou plenamente demonstrado que os argumentos levantados pela licitante Recorrente não passam de mero "desespero de causa", assim, requer seja declarado o DESPROVIMENTO do recurso apresentado por este, mantendo-se intacta a pontuação destinada às licitantes, com a conseqüente classificação da Recorrida em **primeiro** lugar.

Z5

C L FEMA
Fls nº 3773

Nesses termos,

Pede deferimento.

Assis, 07 de agosto de 2019

Agência de Comunicação Z5 Ltda
CNPJ: 09.268.109/0001-01

AGÊNCIA DE COMUNIÇÃO Z5 LTDA - ME

C L FEMA
Fls nº 378

MEMORANDO

Processo Licitatório N° 026/2019
Concorrência Pública N° 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N° 12.232/10, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA – FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

À SUBCOMISSÃO TÉCNICA,

ASSUNTO: Apreciação das razões recursais e contrarrazões recursais

Prezados senhores,

A Comissão Permanente de Licitação da Fundação Educacional Município de Assis - FEMA faz saber à Subcomissão Técnica, constituída para os fins do Processo Licitatório em epígrafe, da existência de recursos administrativos interpostos pelas licitantes AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO Z5 LTDA – ME e QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA – ME.

Os autos do Processo Licitatório, devidamente instruído com as respectivas peças, encontram-se a disposição para retirada no Setor de Licitação, Bloco III da FEMA.

Solicitamos a análise de mérito das razões recursais e suas respectivas contrarrazões recursais, bem como posterior remessa devolutiva dos autos com o parecer deliberativo, para que possamos dar continuidade ao procedimento recursal e envio dos autos para Decisão Final da autoridade competente.

Sem mais, subscrevemos cordialmente.

Assis, 08 de agosto de 2019.

Maria Salete Steiger Porto Elias
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

PARECER TÉCNICO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Ref.: Processo Licitatório n.º 026/2019

Concorrência n.º 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A subcomissão Técnica reuniu-se em treze de agosto de dois mil e dezenove, com a presença dos membros abaixo identificados, a fim de analisar e dar o parecer técnico e considera o **Recurso Administrativo da Agência Quest Comunicação**, referente à proposta técnica, **Infundado**, nos termos abaixo:

2.2 RACIOCÍNIO BÁSICO

Referente ao questionamento acerca do Subquesito Raciocínio Básico, essa subcomissão AFIRMA que nenhuma agência teve acesso a qualquer informação privilegiada, acerca de campanhas publicitárias passadas no âmbito da FEMA. Entende que o percentual citado não prevê um número específico, baseado em qualquer dado, e sim um aumento genérico desejado.

Essa subcomissão mantém sua pontuação e sua avaliação a respeito desse subquesito, não vendo qualquer irregularidade na proposta apresentada.

2.3 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Referente ao questionamento acerca do Subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária, essa subcomissão entendeu que, pelo fato da agência Z5 Comunicação ter apresentado peças publicitárias que não constam no edital, não significa que a agência se utilizou de informações privilegiadas. Pelo contrário, essa subcomissão avaliou somente as peças que constavam no edital. Assim como a Z5 Comunicação, a agência

Quest Comunicação também se utilizou de peças que vão além do escopo do edital, sendo desconsideradas na pontuação.

2.4 IDEIA CRIATIVA

Referente ao questionamento acerca do Subquesito Ideia Criativa, essa subcomissão não vê nenhuma irregularidade, quanto à originalidade da campanha, visto que a semelhança se dá apenas no mote e não na direção de arte, layout e peças criativas. Entende-se que campanhas de vestibular, voltadas para o mesmo público, se utilizam das mesmas palavras-chave em suas propostas, como "futuro", "escolha", "fase", "decisão", ou expressões como "melhor escolha", "acerte na escolha", entre outras. Em toda a sua história, a FEMA já adotou motes parecidos em suas campanhas, visto que se baseiam em conceitos-chave da vida dos jovens, que estão em face da decisão por uma carreira. Nesse sentido, a ideia de que a escolha por uma faculdade pode mudar o seu futuro, está sempre presente nas campanhas dessa instituição.

A subcomissão não vê, portanto, incoerência na sua avaliação e mantém suas justificativas quanto à pontuação dada.

3.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Referente ao questionamento acerca do Subquesito Capacidade de Atendimento, essa subcomissão mantém a pontuação dada, tendo a Agência Quest Comunicação, recebido a maior pontuação nesse quesito e julga incoerente diminuir a pontuação da Agência Z5 Comunicação, visto que comprovou sua capacidade de atender a FEMA.

3.2 REPERTÓRIO

Referente ao questionamento acerca do Subquesito Repertório, essa subcomissão mantém a pontuação dada, pois não vê a questão da data como item relevante que interfira na avaliação. A avaliação foi pautada nos itens constantes no edital, que são: ideia criativa e sua pertinência ao problema, que a licitante se propôs a resolver; qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; clareza da exposição das informações prestadas.

5. DA CONCLUSÃO

Diante do exposto, essa subcomissão **INDEFERE** a solicitação de retificação na pontuação e desclassificação da **Agência de Comunicação Z5 LTDA-ME.**

C L FEMA
Fls nº 3887

1 – SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

ANA LUISA ANTUNES DIAS
MEMBRO

GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO
MEMBRO

LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES
MEMBRO

NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR
MEMBRO

C L FEMA
Fls nº 3838

PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL

MEMBRO

PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS

MEMBRO

PARECER TÉCNICO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Ref.: Processo Licitatório n.º 026/2019

Concorrência n.º 002/2019

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI N.º 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

A subcomissão Técnica reuniu-se em treze de agosto de dois mil e dezenove, com a presença dos membros abaixo identificados, a fim de analisar e dar o parecer técnico ao **Recurso Administrativo da Agência Z5 Comunicação LTDA-ME**, referente à proposta técnica, nos termos abaixo:

Essa subcomissão esclarece que as notas atribuídas à Agência Quest Comunicação se ativeram aos quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, ideia Criativa e Capacidade de Atendimento. Com relação aos valores estimados no Briefing fictício ou real, estes não foram avaliados por essa Subcomissão, tendo em vista que, no edital não consta obrigatoriedade da utilização do valor total na proposta.

DA CONCLUSÃO

Diante do exposto, essa subcomissão, mantém intacta a pontuação à Agência Quest LTDA-ME.

C L FEMA
Fls nº 385

1 – SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

ANA LUISA ANTUNES DIAS
MEMBRO

GISELE MARIA SILVEIRA CONSTANTINO
MEMBRO

LEONICE MARTINS FUNARI SIMÕES
MEMBRO

NELSON JOSE DE SOUZA BASTOS JUNIOR
MEMBRO

C L FEMA
Fls nº 3867

PAULO HENRIQUE DE BARROS MIGUEL

MEMBRO

PHILLIPE THEODOR DOS SANTOS

MEMBRO