

ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES (COPEL) DA CÂMARA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM, ESPÍRITO SANTO.

Concorrência Pública nº 001/2025 – Processo Administrativo nº 21.649/2024

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 02.436.740/0001-09, com sede na Rua das Rosas, 100, Assis/SP, CEP 19.816-080, por sua Representante Legal, a Sra. KÁTIA ABOU GEBRAN PEDROSA, inscrita no CPF/MF sob o nº 258.587.418-43, através de seu Advogado, abaixo subscrito e cujo instrumento de Procuração segue anexo, vem, muito respeitosamente à presença de V. Senhoria, tempestivamente apresentar as suas **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto pela Licitante Conteúdo Gestão de Ideias Ltda, nos termos fáticos e jurídicos que seguem.

**=== 1) LICITANTE CONTEÚDO GESTÃO DE IDEIAS:
DESRESPEITO E DESPREZO À SUBCOMISSÃO TÉCNICA E
FALTA DE ÉTICA COM OS DEMAIS LICITANTES ===**

Nobre Comissão Permanente de Licitações da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES, o Recurso Administrativo apresentado pela Licitante Conteúdo Gestão de Ideias é uma peça que reproduz um enorme desrespeito que aquela Licitante tem pela Subcomissão Técnica. Vamos além: há desprezo.

Porque é inadmissível que uma Agência de Publicidade utilize as expressões que utilizou em seu Recurso Administrativo sem que nutra sentimentos inferiores como desrespeito e desprezo pela Subcomissão Técnica que, de maneira extremamente competente e isonômica, analisou e decidiu sobre as campanhas publicitárias de todos os Licitantes.

O trabalho da Subcomissão Técnica é irretocável, sobretudo porque são profissionais do mais alto gabarito no ramo publicitário. E certamente, neste contexto, sabem o que é melhor para os cidadãos de Cachoeiro de Itapemirim/ES.

É um fato notório que a Câmara Municipal precisa MELHORAR sua comunicação.

Neste cenário, a aqui LICITANTE QUEST vem trazer seus 27 anos de experiência e atuação em mercados altamente competitivos para ajudar a Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES a melhorar suas formas de comunicação para demonstrar aos cidadãos a contribuição e a trajetória da atual legislatura.

Mas, Comissão Licitante, humildemente, os 27 anos de experiência da LICITANTE QUEST não fazem dela a dona da verdade. Em outras palavras, é sempre importante enfrentar a vida tal qual um aluno, um aprendiz; há sempre tempo de aprender.

E qual não foi a sorte da LICITANTE QUEST ao participar da Concorrência Pública nº 001/2025 – Processo Administrativo nº 21.649/2024 da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES quando se deparou com o Recurso Administrativo da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias argumentando desta forma adjetivada e hiperbólica:

3.1. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E DESCUMPRIMENTO AO BRIEFING PUBLICITÁRIO

A proposta técnica apresentada pela empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP, intitulada "Se o cachoeirense Tá ON, a Câmara Tá ON", busca adotar uma linguagem moderna e de fácil assimilação, mas peca por sua superficialidade, falta de consistência conceitual e total desconexão com a identidade institucional da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim.

O slogan proposto, apesar de apelativo, é raso e genérico não estabelecendo qualquer vínculo real com os valores, princípios ou objetivos estratégicos delineados no briefing.

Trata-se de uma construção meramente publicitária, sem qualquer profundidade temática com a Câmara Municipal e incapaz de gerar identificação entre a gestão legislativa e a população cachoeirense.

As peças publicitárias que acompanham a proposta carecem de consistência técnica e criativa. Não apresentam uma narrativa integrada entre os meios de comunicação propostos. Falta conexão entre o conceito e a aplicação prática das peças. Por exemplo, não há clareza sobre como a campanha se desdobraria no digital, no impresso, na TV e no rádio de forma convergente e complementar. Essa desconexão prejudica não apenas o entendimento da proposta, mas principalmente sua eficácia comunicacional.

Não bastasse a insuficiência técnica da estratégia de comunicação, a proposta apresentada pela empresa QUEST incorre em falha grave logo em um dos pontos mais objetivos do briefing do edital: a obrigatoriedade de indicação do período da campanha publicitária.

Neste sentido, aparentemente os 16 anos de existência da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias parecem que deram densidade e repertório técnico para aquela Agência de Publicidade se autointitular “Fiscal de Campanhas Publicitárias” e assim emitir seu “Parecer” sobre a Campanha Publicitária da LICITANTE QUEST que, por sua vez, tem apenas 27 anos de existência.



conteudoag

Seguir

Enviar mensagem



73 publicações

2.375 seguidores

1.436 seguindo

Conteúdo Gestão de Ideias

Há 16 anos, a agência mais premiada do sul do ES 🏆

Agência Regional 2024/ES Lu

Criatividade é nossa marca registrada®

Co... mais

www.comconteudo.com.br



Quem Somos

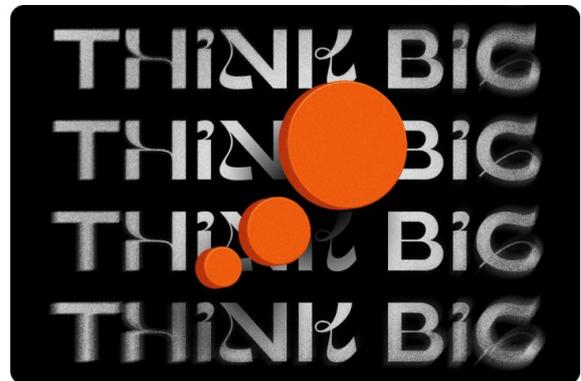
Presente no mercado há mais de 25 anos, hoje a Quest é reconhecida como uma das maiores e mais conceituadas agências de publicidade do interior de São Paulo.

Somos full-service e oferecemos comunicação total 360° para marcas, produtos e serviços com soluções completas aos mais variados setores.

Quest é criatividade, autenticidade, inovação, estratégia, experiências e pessoas apaixonadas.

Quest é branding, propaganda, planejamento, marketing digital. Quest é #ThinkBig.

- de 25 anos de história
- de 40 colaboradores
- de 700 embalagens criadas
- de 100 marcas atendidas



questcomunicacao

Seguir

Enviar mensagem



330 publicações

3427 seguidores

A seguir 80

Quest

Agência de publicidade

Comunicação total para marcas que pensam grande. #ThinkBig

Rua das Rosas, 100, Assis 19816-080

linktr.ee/quest.comunicacao

Ainda que nem a Lei Geral de Licitações (Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021) e nem a Lei de Licitações de Agência de Publicidade (Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010) concederam prerrogativa para nenhum Licitante emitir OPINIÕES OU COMENTÁRIOS SUBJETIVOS sobre o trabalho alheio, a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias talvez tenha entendido que hipoteticamente trabalhar para o Poder Legislativo (no caso a Câmara Municipal), atribuir-lhe-ia poderes para Legislar, e daí criou essa possibilidade de emitir sua DISPENSÁVEL OPINIÃO, acrescentando, por conta própria, artigos às Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, como se fossem integrantes do Poder Legislativo Federal (Câmara das Deputados ou Senado Federal).

E daí a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias negativamente adjetivou o trabalho da LICITANTE QUEST de superficial, raso, inconsistente, desconexo, tecnicamente insuficiente, e incapaz de gerar identificação. Fez pior ainda com a Subcomissão Técnica que desprezou.

Mas a LICITANTE QUEST, como dito nestas Contrarrazões, é humilde e se coloca na condição de eterna aprendiz, mesmo que já tenha conquistados inúmeros prêmios como, por exemplo, seus troféus do **Fest Video da Associação de Profissionais de Comunicação e Marketing, um dos maiores prêmios da publicidade brasileira, que existe há 35 anos (época que nenhuma das duas Agências de Publicidade existia):**





questcomunicacao • Seguir
Áudio original

questcomunicacao Hoje, dia 21 de junho, celebramos o Dia do Mídia. E para comemorar convidamos nosso sócio e diretor de mídia, Paulo Silva, para falar mais sobre a importância desse departamento, tanto para a agência quanto para nossos clientes. Confira! ❤️

#Quest #ThinkBig #DiaDoMidia

41 sem Ver tradução

yeah_nanda 🍌🍌🍌🍌🍌
41 sem 1 gosto Responder



apcm.br • Seguir

apcm.br #Repost @verbonostro with @use.repost

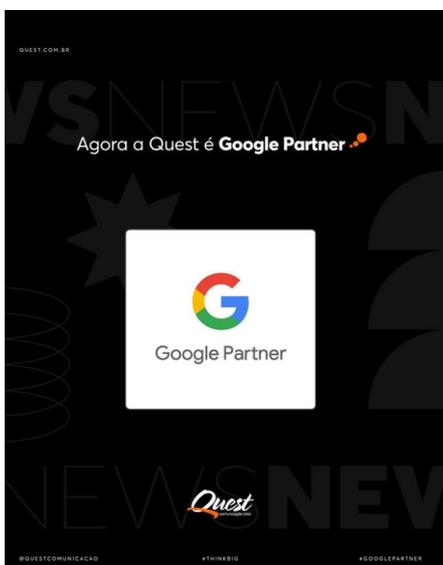
O FestVideo, um dos principais prêmios publicitários do Brasil, ocorrerá no dia 8 de abril, às 19h30, no Theatro Pedro II, em Ribeirão Preto. A entrada é gratuita, com presença de finalistas, autoridades, imprensa e convidados.

Esta é a 35ª edição, organizada desde 1990 pela APCM (Associação de Profissionais de Comunicação e Marketing). A premiação tem como tema "Com criatividade, tudo vira publicidade" e destaca a transformação de momentos cotidianos em grandes produções. A Agência LabCom Total criou a



Curtido por apcm.br e outras pessoas
há 7 dias

Neste sentido também, os 16 anos de existência da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias, quem sabe, podem ajudar a LICITANTE QUEST, com seus 27 anos de existência, a como utilizar de maneira mais eficiente a internet, as redes sociais e a inteligência artificial:



questcomunicacao • Seguir

questcomunicacao Recentemente a Quest conquistou o selo de Google Partners, em um processo que envolveu certificações individuais de nossos analistas, gerentes e testes, para o departamento de BI demonstrar que atinge os requerimentos necessários para ter esse status, ou seja, que a agência trabalha com as melhores práticas recomendadas e oferecemos bons resultados aos nossos clientes.

Como Google Partner estamos plenamente qualificados e certificados para oferecer soluções digitais de alto nível, alinhadas com as mais recentes práticas e tecnologias do mercado. Com a expertise e o conhecimento que adquirimos por



Gostos: juniorbonassabbq e outras pessoas
1 de abril de 2024

E a respeitável Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES talvez devesse preferir os 16 anos de existência da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias do que os 27 anos de existência da LICITANTE QUEST e sua atuação com empresas gigantescas e campanhas publicitárias com participações de grandes personalidades da música e do esporte:



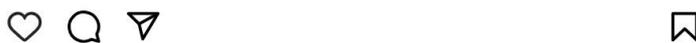
questcomunicacao • Seguir

questcomunicacao A equipe Quest, junto com o time de marketing do Confiança Supermercados, foi responsável pela criação da campanha promocional "Sonho de Milhões", com a participação especial do cantor Daniel.

Agradecemos ao cliente pela parceria em mais um projeto de sucesso. E aí, você já assistiu ao filme na TV? Fique de olho e conte pra gente o que achou!

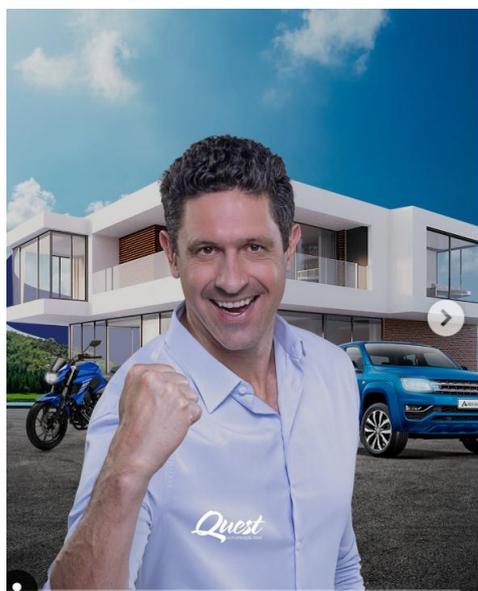
#Quest #ThinkBig

20 sem Ver tradução



Gostos: danioficialbo e outras pessoas

19 de novembro de 2024



questcomunicacao e consorcioeconoficial

questcomunicacao Lançamento! Tá no ar a nova campanha da Recon, que traz como conceito "Junto com você em cada conquista".

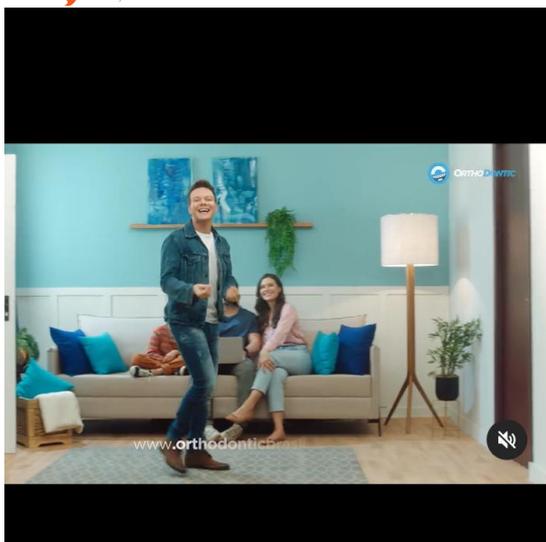
Nós, da equipe Quest, em parceria com a equipe de marketing da Recon, tivemos o privilégio de criar uma campanha inspiradora, estrelada pelo medalhista olímpico Gustavo Borges – sua história é um exemplo de que cada conquista demanda foco, dedicação e planejamento, valores que também definem o Consórcio Recon.

Com abrangência nacional, a campanha é 360° e foi planejada



Gostos: cozinhadaliliana e outras pessoas

19/2



questcomunicacao • Seguir



questcomunicacao TÁ NO AR!

Planejada e criada pela equipe Quest, a nova campanha da OrthoDontic, estrelada pelo cantor Michel Teló, já está no ar! No filme e nas peças, vemos como é fácil, possível e simples fazer um tratamento na OrthoDontic, uma das maiores franquias de Ortodontia do Brasil.

A campanha é 360°, ou seja, será veiculada em peças diversas nos ambientes online e offline, com distribuição nacional. Bora conferir? Dê o play!

#publicidade #propaganda #marketing #quest #thinkbig



Gostos: matheusdiniz e outras pessoas

4 de outubro de 2022

A verdade, ilustre Comissão Licitante, é que a Subcomissão Técnica que analisou as Campanhas Publicitárias era e é extremamente capaz de exercer suas funções.

E a aqui LICITANTE QUEST, por sua vez, tem absoluta certeza que atende melhor os interesses da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES e dos cidadãos cachoeirenses.

Não será uma atitude extremamente antiética e soberba de outra Agência de Publicidade que vai atrapalhar a marcha de quem trabalha corretamente e que está alcançando o sucesso sem nunca ter pisado em ninguém.

=== 2) DA FRAGILIDADE DOS ARGUMENTOS RECURSAIS ===

Ilustre Comissão Licitante, quanto ao alegado contra a aqui LICITANTE QUEST, foi dito que:

3.1. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E DESCUMPRIMENTO AO BRIEFING PUBLICITÁRIO

A proposta técnica apresentada pela empresa QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA EPP, intitulada "Se o cachoeirense Tá ON, a Câmara Tá ON", busca adotar uma linguagem moderna e de fácil assimilação, mas peca por sua superficialidade, falta de consistência conceitual e total desconexão com a identidade institucional da Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim.

O slogan proposto, apesar de apelativo, é raso e genérico não estabelecendo qualquer vínculo real com os valores, princípios ou objetivos estratégicos delineados no briefing.

Trata-se de uma construção meramente publicitária, sem qualquer profundidade temática com a Câmara Municipal e incapaz de gerar identificação entre a gestão legislativa e a população cachoeirense.

As peças publicitárias que acompanham a proposta carecem de consistência técnica e criativa. Não apresentam uma narrativa integrada entre os meios de comunicação propostos. Falta conexão entre o conceito e a aplicação prática das peças. Por exemplo, não há clareza sobre como a campanha se desdobraria no digital, no impresso, na TV e no rádio de forma convergente e complementar. Essa desconexão prejudica não apenas o entendimento da proposta, mas principalmente sua eficácia comunicacional.

As defesas técnicas do conceito criativo e sua aplicabilidade já foram devidamente justificadas pela LICITANTE QUEST na Etapa de Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação e estão coerentes com a proposta da Câmara Municipal em mostrar sua versatilidade, modernidade e as funções da Casa Legislativa, sendo validadas pela Subcomissão Técnica.

Outro ponto questionado pela Licitante Conteúdo Gestão de Ideias é sobre o período da campanha, conforme o recorte abaixo do Recurso Administrativo:

Não bastasse a insuficiência técnica da estratégia de comunicação, a proposta apresentada pela empresa QUEST **incorre em falha grave logo em um dos pontos mais objetivos do briefing do edital: a obrigatoriedade de indicação do período da campanha publicitária.**

Conforme estabelecido de forma clara no documento orientador do certame, "A agência de propaganda deve indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação."

Senão vejamos do próprio edital:

Período:

A agência de propaganda deve indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação.

Verba Referencial para Investimento:

Considera-se verba limite o valor objeto desta licitação (R\$400.00,00 – quatrocentos mil reais). Porém é interessante que a agência leve em consideração que, na prática, esta verba é para utilização ao longo de toda a vigência do contrato, podendo mais de uma campanha ser solicitada pela contratante neste período.

Outra interpretação totalmente equivocada da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias.

No *Briefing* e no Edital constam uma campanha de 30 dias, e a LICITANTE QUEST seguiu a risca esse período (30 dias).

O mês base indicado pela LICITANTE QUEST não invalida a proposta do projeto e sua equiparação com as demais Licitantes participantes. Não há nenhuma intenção de levar vantagem com tal forma de apresentar.

O próprio Edital em seu Anexo I – A determina sobre “*poder mais de uma campanha*”:



Período:

A agência de propaganda deve indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação.

Verba Referencial para Investimento:

Considera-se verba limite o valor objeto desta licitação (R\$400.00,00 – quatrocentos mil reais). Porém é interessante que a agência leve em consideração que, na prática, esta verba é para utilização ao longo de toda a vigência do contrato, podendo mais de uma campanha ser solicitada pela contratante neste período.

Se há possibilidade de haver mais campanhas neste período, que podem ser solicitadas pela Câmara Municipal, faz mais sentido e justo indicar o mês base para ver o melhor momento de liberar a campanha. Chocar com os interesses da Câmara Municipal é demonstrar que não tem habilidade de negociação e de adaptação.

Quanto a outra alegação da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias em sua frágil tentativa de desqualificar, trazendo questionamentos vagos e sem lucidez sobre a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela LICITANTE QUEST.

A LICITANTE QUEST trouxe um formato levando em consideração o perfil do público e o consumo de conteúdo ao longo do dia, uma estratégia 360°. Hábitos de consumo de conteúdo, a tática de multitelas, onde as pessoas vão recebendo mensagens ao longo do dia em mais de um meio simultâneo.

Desta forma caem por terra as especulações da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias. E, mais uma vez, aquela Licitante questiona a Subcomissão Técnica em sua avaliação.

Em sua próxima e novamente efêmera tentativa de questionar o Plano de Comunicação Publicitária da LICITANTE QUEST, a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias vem atacando as Estratégias de Mídia.

No trecho que a LICITANTE QUEST cita a estratégia digital como utilizando 30 dias, não necessariamente todos os outros meios de comunicação necessitarão dos mesmos 30 dias. Em outras palavras, para uso e adequação dos investimentos, as ações digitais permeiam ao longo de 30 dias entre veículos e redes sociais.

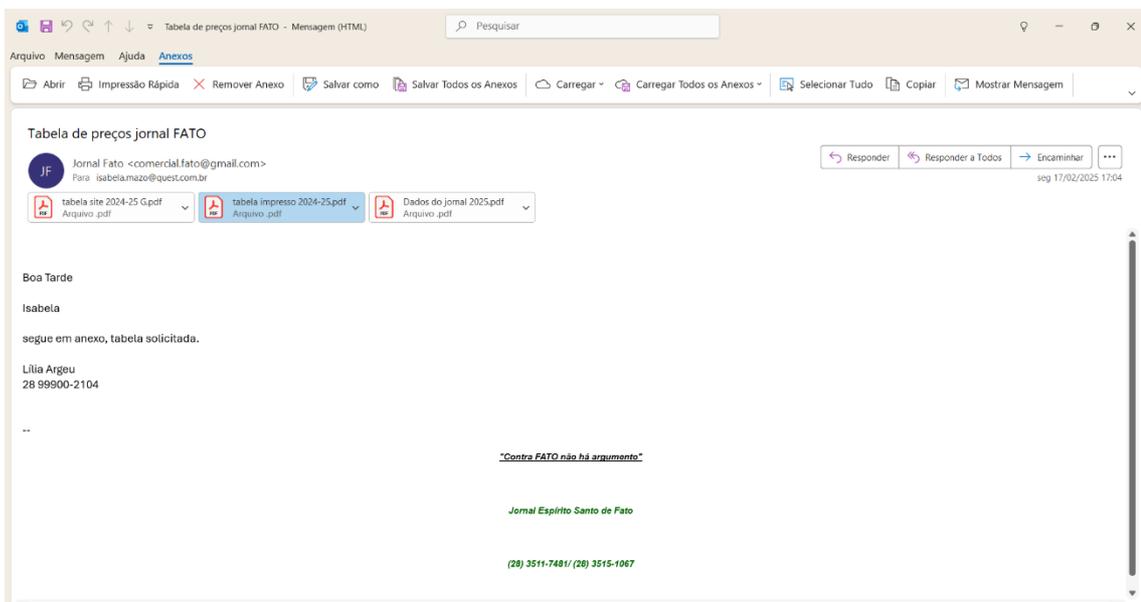
A Licitante Conteúdo Gestão de Ideias chama a atenção para um suposto formato de banner intermediário (970x90 pixels), mas a LICITANTE QUEST sugere outro (970x250 pixels), completamente diferente e precificado por CPM, conforme visto na tabela de preços recebida pelo Fornecedor:

TABELA COMERCIAL		
• QUER SABER? AQUINOTICIAS.COM Conheça as nossas possibilidades. Valores vigentes até 31/12/2025		
 SUPER BANNER (TOPO) Tamanho desktop (pixels): 970x90 Tamanho mobile (pixels): 640x120 Peso (kb) médio: 60kb Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG Aparece na home e editorias internas VALOR: R\$ 128,00 cpm	BANNER INTERMEDIÁRIO Tamanho (pixels): 970x250 pixels Peso (kb) médio: 60kb Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG Aparece na home e editorias internas VALOR: R\$ 128,00 cpm	VÍDEO (POP UP) Tamanho desktop/mobile (pixels): 560x315 pixels Peso (kb) médio: 60kb Extensões aceitas: MP4 Inserção na home ou páginas internas VALOR: R\$ 13.728 diária
CATFISH Tamanho desktop (pixels): 970x90 Tamanho mobile (pixels): 640x120 Peso (kb) médio: 60kb Aparece na home e em todas editorias Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG VALOR: R\$ 12.012,00 diária	RETÂNGULO Tamanho desktop/mobile (pixels): 300x250 pixels Peso (kb) médio: 60kb Aparece na home e editorias internas VALOR: R\$ 128,00 cpm	MEGA FLUTUANTE (POP UP) Tamanho desktop/mobile (pixels): 600x500 pixels Peso (kb) médio: 60kb Extensões aceitas: SWF, GIF, JPEG Inserção na home ou páginas internas VALOR: R\$ 12.012,00 diária

Quando aos jornais impressos, a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias questionou a Tabela de Preços de veículos recebidos dos Fornecedores. A verdade é que a LICITANTE QUEST tem a mesma Tabela que a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias, mas com valores distintos.

Cabe à Licitante Conteúdo Gestão de Ideias mostrar a forma que recebeu seu Orçamento.

Dentro da ética e transparência que devem permear as Licitações, segue abaixo a forma com que a LICITANTE QUEST recebeu o seu Orçamento (e-mail recebido com o tom de azul do anexo da Tabela):



ESPÍRITO SANTO DE **Fato**

Tabela de Preços 2024/2025

Jornal impresso:

1 página (26cm largura x 32cm altura) R\$ 10.000,00

½ página (26cm largura x 16cm altura) R\$ 5.000,00

Rodapé duplo (26cm largura x 8cm altura) R\$ 2500,00

¼ de página (13cm largura x 16cm altura) R\$ 2500,00

Rodapé (26cm largura x 05 cm altura) R\$ 1562,00

Cm de coluna

1 coluna- 3,8 cm

2 coluna- 8,01cm

3 coluna -13,00 cm

4 coluna-17,00 cm

5 coluna-21,00 cm

6 coluna- 26,00 cm

Valor do cm por coluna: R\$ 52,08

Impressão: de terça à sexta-feira. Entrega para assinantes.

Atenciosamente,

Líliá Argeu
Deptº Comercial

Rua Pinheiro Junior ,182, Ibitiquara- Cachoeiro de Itapemirim-Es
CNPJ 06.056.026/0001-38 Tel(28)515-1067/3511-7481
www.jornalfato.com.br

Comissão Licitante, os questionamentos infundados da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias e a má-fé com que analisou a Campanha Publicitária da LICITANTE QUEST resultam no Recurso da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias propositalmente não adequar os investimentos propostos em campanhas.

Em seu Recurso, a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias chegou a questionar a parte democrática da Estratégia, onde a mensagem e a comunicação é para todos, independente de religião ou classe social. Temos que considerar que a campanha

tem força local, no âmbito da cidade e trabalhar com rádio local, com seu alcance mais forte local prevalece na campanhas. Demais emissoras, com forte presença regional levam a mensagem a públicos fora do interesse de alcance da campanha.

Como o *Briefing* deixou claro que a verba de R\$ 400.000,00 é para o ano e para outras campanhas, as demais campanhas podem ser utilizadas as outras emissoras de rádio. Isso é estratégico e colabora para o uso da verba de campanha mais assertiva.

Prossegue o Recurso da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias questionando as Tabelas de Preços.

Nobre Comissão Licitante, todas as Tabelas de Preços de rádios utilizadas pela LICITANTE QUEST foram validadas e documentadas conforme abaixo:

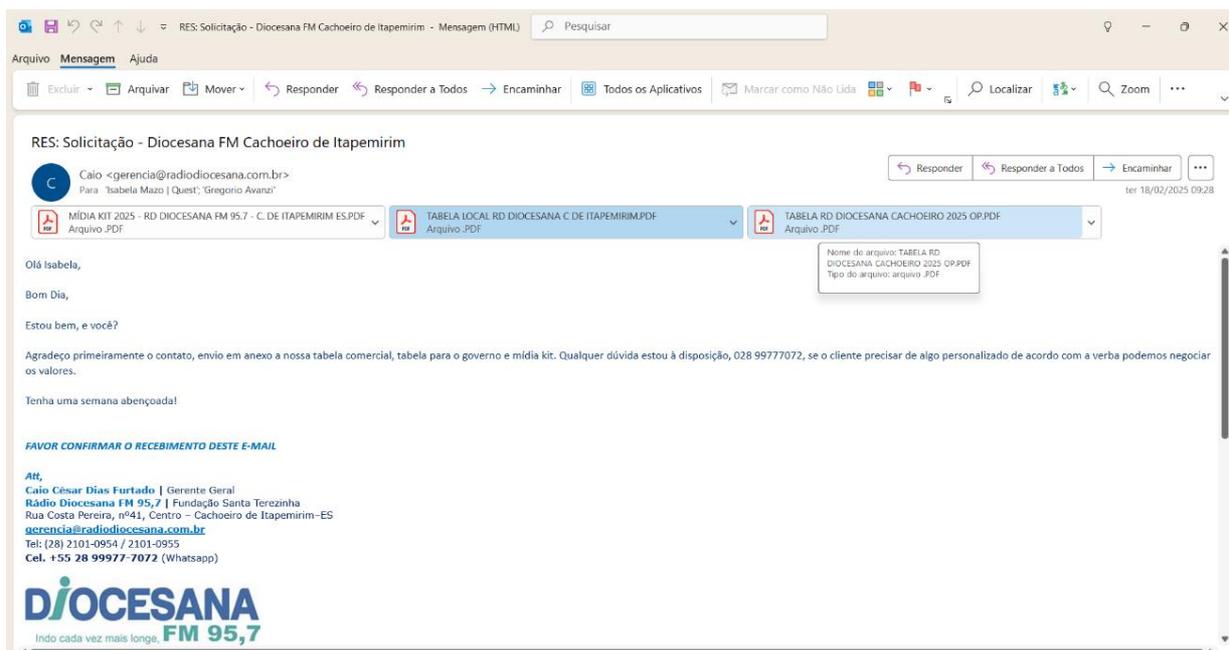


TABELA DE INSERÇÕES - INDETERMINADO

FAIXA HORÁRIA	15"	30"	45"	60"
07h00 às 19h00	R\$ 84,00	R\$ 120,00	R\$ 180,00	R\$ 240,00

TABELA DE INSERÇÕES - DETERMINADO

FAIXA HORÁRIA	15"	30"	45"	60"
07h00 às 19h00	R\$ 112,00	R\$ 160,00	R\$ 240,00	R\$ 320,00

TESTEMUNHAL

FAIXA HORÁRIA	30"	60"	120"
07h00 às 19h00	R\$ 200,00	R\$ 291,00	R\$ 405,00

FLASH AO VIVO

FAIXA HORÁRIA	60"	120"
07h00 às 19h00	R\$ 300,00	R\$ 560,00

Tendo em vista os padrões qualitativos e demais requisitos a serem preenchidos pelas agências de propaganda e, de conformidade com as Normas Padrão de Auto Regulação do setor publicitário, este veículo continuará concedendo às agências devidamente certificadas pelo CBNP o desconto padrão de 20% sobre o montante faturado a seus clientes. Nos demais casos, o veículo desobrigar-se-á de tal forma de remuneração aceitando a partir de (data) a intermediação da Agência não certificada pelo valor bruto da sua tabela de preço.

PRAZO DE PAGAMENTO: 15 DFM para agências regulamentadas pelo CBNP.
VER CONDIÇÕES GERAIS NO PI OU CONTRATO.

CANCELAMENTO: só poderá ser feito por escrito, com um mínimo de 30 dias de antecedência. **OUTRAS MODALIDADES:** sob consulta
Determinação de horário - acréscimo 30%
Gravação de Spot comercial, sem custo para vinculação na emissora

CONTATOS COMERCIAIS, AGÊNCIAS E ÓRGÃOS PÚBLICOS:

Caio Furtado
Gerente
(28) 2101 0954 / 2101 0955
gerencia@radiodiocesana.com.br

Dados Cadastrais:

RÁDIO DIOCESANA FM - 95,7MHZ".
Razão Social: Fundação Santa Terezinha.
Endereço: Rua Costa Pereira, 41 - Centro
Cachoeiro de Itapemirim - ES
Cep: 29300-090
CNPJ: 39.288.295/0001-89
Inscrição Estadual: 082.804.94-0
WWW.radiodiocesana.com.br

	15"	30"	45"	60"	90"	120"
ROTATIVO	R\$ 168,00	R\$ 240,00	R\$ 360,00	R\$ 480,00	R\$ 600,00	R\$ 720,00
DETERMINADO	R\$ 218,00	R\$ 312,00	R\$ 468,00	R\$ 624,00	R\$ 780,00	R\$ 936,00
TESTEMUNHAL		R\$ 360,00	R\$ 540,00	R\$ 720,00	R\$ 900,00	R\$ 1.080,00
FLASH AO VIVO					R\$ 1.000,00	R\$ 1.200,00

Tendo em vista os padrões qualitativos e demais requisitos a serem preenchidos pelas agências de propaganda e, de conformidade com as Normas Padrão de Auto Regulação do setor publicitário, este veículo continuará concedendo às agências devidamente certificadas pelo CBNP o desconto padrão de 20% sobre o montante faturado a seus clientes. Nos demais casos, o veículo desobrigar-se-á de tal forma de remuneração aceitando a partir de (data) a intermediação da Agência não certificada pelo valor bruto da sua tabela de preço.

CONDIÇÕES COMERCIAIS:

- 1 - A veiculação de material de natureza não comercial sofrerá acréscimo de 100% (comunicado / informe publicitário / etc.).
- 2 - Anúncio cooperados/múltiplo (como citação de outra empresa / assinado por mais de um anunciante sofrerá acréscimo de 25% por inclusão.
- 3 - Comercial determinado - posição dentro do break = acréscimo de 30%.
- 4 - Reservamo-nos o direito de não veicular comerciais de cigarro, bebidas alcoólicas lojas de sex shop; preservativos; motel; com sentido confuso ou que não estejam dentro do padrão exigido pela emissora.
- 5 - Toda e qualquer alteração na programação de mídia ou troca de material só será aceita ser comunicada por escrito.
- 6 - Os contratos de patrocínio de programas, programetes ou quadros são de no mínimo 03 meses.
- 7 - Formato para veiculação: mp3.
- 8 - Envio do Material: até às 15h do dia anterior à veiculação - Somente de Segunda à Sexta.
- 9 - Produção de áudio por conta do cliente, para veiculação não cobramos a gravação do spot.
- 10 - Prazo de Pagamento: 15 DFM para agências, ver condições Gerais no PI ou Contrato.
- 11 - Pagamentos de comissões as Agências e todo o dia 30 de Cada Mês, as mesmas deverão encaminhar as Notas Fiscais - com dados bancários, na descrição da nota até o dia 20 de cada mês.
- 12 - O Cancelamento do contrato somente poderá ser realizado com 30 dias de antecedência, por escrito e assinado pelo responsável da empresa.
- 13 - Acréscimo de 300%, sobre o valor da faixa horária, produto ou pacote de inserções contratadas. Cujo o texto tenha conteúdo de expressão de opinião, publicidade de interesse pessoal ou promoção política. Este tipo de veiculação está sujeito aprovação da Diretoria da Emissora.

**CONTATOS COMERCIAIS,
AGÊNCIAS E ÓRGÃOS PÚBLICOS:**

Caio Furtado
Gerente
(28) 2101 0954 / 2101 0955
gerencia@radiodiocesana.com.br

DADOS CADASTRAIS:

RÁDIO DIOCESANA FM - 95,7MHZ".
Razão Social: Fundação Santa Terezinha.
Endereço: Rua Costa Pereira, 41 - Centro
Cachoeiro de Itapemirim - ES
Cep: 29300-090
CNPJ: 39.288.295/0001-89
Inscrição Estadual: 082.804.94-0
WWW.radiodiocesana.com.br

Re: Solicitação - Cidade FM Cachoeiro de Itapemirim

Rede SIM Sul <midia.cachoeiro@redesim.com>
Para: Isabela Mazo | Quest

Tabelas.rar
Arquivo.rar

El, desculpa!

Segue.

At,

Sabrina Oliveira
Assistente Administrativo
midia.cachoeiro@grsim.com.br
(28) 3518 - 3895

Em 26/02/2025 15:18, Isabela Mazo | Quest escreveu:

Tabela de Preços - 30"

Validade: Janeiro a Junho 2025

RÁDIO ANTENA 1 FM - TABELA SPOTS 30"		SEG A SEX		SEG A SEX		TODOS OS DIAS		SÁBADO E DOMINGO		DETERMINADO	COBERTURA / ABRANGÊNCIA		Conversão
UF	EMISSORAS	DIAL	06h / 20h	20h / 06h	05h / 24h	06h / 20h	06h / 20h	06h / 20h	CIDADES		POPULAÇÃO		
NET	TOTAL 25 EMISSORAS EM REDE		R\$ 15.860,00	R\$ 8.236,00	R\$ 9.587,00	R\$ 7.130,00	R\$ 20.754,00	647	68.897.453	05" = 30% do custo de 30"			
SP	SÃO PAULO / SANTOS	94,7	R\$ 6.617,00	R\$ 3.309,00	R\$ 3.820,00	R\$ 2.873,00	R\$ 8.421,00	51	23.028.286	10" = 40% do custo de 30"			
SP	CAMPINAS / JUNDIAÍ	107,5	R\$ 1.350,00	R\$ 744,00	R\$ 860,00	R\$ 426,00	R\$ 1.805,00	51	5.414.181	15" = 45% do custo de 30"			
SP	LITORAL NORTE DE SP	99,5	R\$ 178,00	R\$ 94,00	R\$ 107,00	R\$ 82,00	R\$ 238,00	3	251.349	45" = 50% de acréscimo sobre o de 30"			
SP	JAUÍ	94,1	R\$ 143,00	R\$ 76,00	R\$ 87,00	R\$ 64,00	R\$ 189,00	30	1.636.838	60" = 100% de acréscimo sobre o de 30"			
SP	SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	89,3	R\$ 331,00	R\$ 174,00	R\$ 200,00	R\$ 150,00	R\$ 441,00	14	1.489.578	90" = 250% de acréscimo sobre o de 30"			
SP	SOROCABA	88,3	R\$ 453,00	R\$ 270,00	R\$ 247,00	R\$ 163,00	R\$ 544,00	48	4.976.503	Para novas secundagens, consultar			
SP	BEBEDOURO	105,7	R\$ 122,00	R\$ 93,00	R\$ 67,00	R\$ 50,00	R\$ 148,00	30	764.382	Testemunhal			
SP	ADAMANTINA / ALTA PAULISTA	97,9	R\$ 93,00	R\$ 49,00	R\$ 57,00	R\$ 42,00	R\$ 126,00	21	576.966	Valor de horário determinado			
ES	VITÓRIA	106,9	R\$ 359,00	R\$ 189,00	R\$ 218,00	R\$ 164,00	R\$ 480,00	16	2.166.407	Mínimo Exclusivo			
ES	CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM	102,1	R\$ 136,00	R\$ 72,00	R\$ 85,00	R\$ 89,00	R\$ 215,00	11	415.965	180% de acréscimo = 2,8 x 60"			
ES	COLATINA	90,9	R\$ 143,00	R\$ 72,00	R\$ 85,00	R\$ 89,00	R\$ 215,00	9	248.465	Duplicidade de Marca			
ES	LINHARES	106,1	R\$ 143,00	R\$ 72,00	R\$ 85,00	R\$ 89,00	R\$ 215,00	6	333.129	80% de acréscimo = 1,8 x 30"			
ES	SÃO MATEUS	93,7	R\$ 143,00	R\$ 72,00	R\$ 85,00	R\$ 89,00	R\$ 215,00	4	204.036				
BA	SALVADOR	100,1	R\$ 620,00	R\$ 326,00	R\$ 510,00	R\$ 503,00	R\$ 781,00	18	3.314.403	Publicidade Legal			
MG	BELO HORIZONTE	105,1	R\$ 1.141,00	R\$ 599,00	R\$ 691,00	R\$ 521,00	R\$ 1.522,00	68	6.552.858	250% de acréscimo = 3,5 x 30" (máx. 90")			
MG	DIVINÓPOLIS	99,3	R\$ 145,00	R\$ 76,00	R\$ 87,00	R\$ 65,00	R\$ 194,00	29	1.058.560	Break Exclusivo			
DF	BRASÍLIA	93,7	R\$ 1.595,00	R\$ 838,00	R\$ 968,00	R\$ 685,00	R\$ 2.134,00	18	4.530.500	Consulte o depto. comercial			
PR	FOZ DO IGUAÇU	104,5	R\$ 130,00	R\$ 68,00	R\$ 87,00	R\$ 69,00	R\$ 168,00	10	1.536.257	Pagamento			
SC	FLORIANÓPOLIS	92,1	R\$ 387,00	R\$ 203,00	R\$ 234,00	R\$ 176,00	R\$ 516,00	34	1.975.164	15 dias fora mês de veiculação;			
SC	BLUMENAU	88,1	R\$ 245,00	R\$ 129,00	R\$ 122,00	R\$ 113,00	R\$ 338,00	32	2.103.869	OBSERVAÇÕES			
SC	LAGES	103,1	R\$ 177,00	R\$ 93,00	R\$ 106,00	R\$ 81,00	R\$ 235,00	32	666.438				
SC	PORTO UNIÃO	104,1	R\$ 102,00	R\$ 36,00	R\$ 40,00	R\$ 47,00	R\$ 135,00	19	340.810	1- O patrocínio em Rede prevalece sobre o patrocínio local em 02 aspectos: Sejam marcas conflitantes ou se houver somente 01 cota			
RS	ROSÁRIO DO SUL	103,3	R\$ 68,00	R\$ 36,00	R\$ 40,00	R\$ 29,00	R\$ 90,00	10	292.480	2- Na coluna TODOS OS DIAS das 05h às 24h, será obrigatório ter comerciais aos sábados e domingos também.			
RS	PORTO ALEGRE	89,3	R\$ 888,00	R\$ 466,00	R\$ 610,00	R\$ 404,00	R\$ 1.188,00	55	4.351.648				
RS	SANTA MARIA	95,3	R\$ 151,00	R\$ 80,00	R\$ 89,00	R\$ 67,00	R\$ 201,00	28	668.361				
ON	STREAMING - RÁDIO ONLINE		R\$ 7.525,80	R\$ 3.763,00	R\$ 6.322,00	R\$ 6.210,00	R\$ 10.034,00						
ROM	IFÁLIAZ	107,1	R\$ 2.366,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.296,00	R\$ 967,00	R\$ 3.076,00	32	4.355.725				

Obs.: 1) Padrão: A emissora se reserva ao direito de não irradiar comerciais que estejam fora do padrão exigido, ou por falta de espaço na grade; 2) Cancelamentos: Mediante aviso por escrito com 30 dias de antecedência;

Antena Um Radiodifusão Ltda. - CNPJ: 48.060.727/0001-90 - Inscricao Estadual: 146.131.410-112
Av. Lineu de Paula Machado, 900 - São Paulo/SP - CEP: 05601-001 - Telefone: (11) 3038-8000

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 1D62-E405-07D2-76B0.

Prossegue a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias questionando a estratégia adotada quanto a TV, atacando novamente a soberania da Subcomissão Técnica: restou muito claro que os programas televisivos adotados pela LICITANTE QUEST são de jornalismo e entretenimento com alcance em notícias locais, como os jornais da manhã e o jornal do meio dia, com foco regional.

Os caminhos adotados estão condizentes com a verba de campanha proposta e o que a TV representa na campanha. Não fazendo sentido neste momento utilizar programas noturnos que terão o consumo altíssimo da verba prevista para esta campanha.

Assim, o subjetivismo do Recurso da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias fica evidente, porque a escolha desses programas é proposital e estratégica, representando 14% da verba da campanha.

Aliás, nobre Comissão Licitante, quando a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias cita a Tabela de Preços demonstra sua incompetência elucidar o Edital, já que este prevê o uso de uma Tabela de Preços vigente no período de publicação do Edital.

Quanto ao alegado uso de mídia exterior, a indicação dos Fornecedores regionais e locais para mídia exterior não interfere no planejamento da campanha e na sua economicidade. E neste sentido, os valores estão compatíveis com do mercado. A variação de preços e tabelas de um Fornecedor está compatível com pontos, endereços dos pontos e localidades. E seu investimento representa 13% da verba da campanha, ficando atrás de Rádio, TV e Digital.

E outro ponto importante que nesta campanha simulada, a LICITANTE QUEST utilizou da Tabela cheia, conforme preconiza no edital. Em atos reais, o Fornecedor indica descontos para serem compatíveis com os descontos do mercado.

Quando a Licitante Conteúdo Gestão de Ideias citou em seu Recurso o artigo 70 da Constituição da República precisa melhorar sua análise constitucional, já que

a LICITANTE QUEST utilizou de uma estratégia de mídia convincente de R\$ 100.000,00 com aplicabilidade e sustentabilidade.

Porém, é fato que em sua campanha fictícia foi simulado um investimento total de R\$ 250.000,00 para uma única campanha em 30 dias. Sendo que a própria Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES citou no Edital que haveria mais campanhas ao longo do ano.

Ou seja, destinaram somente R\$ 150.000,00 para outras campanhas que podem ser colaborativas a população da cidade. Campanhas sazonais podem ser adotadas e com R\$ 150.000,00 fica evidente que não utilizam o que está previsto, infringindo o próprio artigo 70 da Constituição da República que a própria Licitante Conteúdo Gestão de Ideias citou.

E mais evidente que isso, quando consideramos o investimento por cada pessoa da cidade de Cachoeiro do Itapemirim, o Censo 2022 indica uma população de 185.786 mil habitantes.

O Plano de Comunicação Publicitária da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias, estima o valor de R\$ 1,34 por pessoa da cidade. E a campanha da LICITANTE QUEST estima um valor de R\$ 0,53 por pessoa. Sendo assim, faz mais sentido fazer mais campanhas ao longo do ano, conforme exigido no Edital pela Câmara Municipal de Cachoeiro de Itapemirim/ES do que seguir com uma única campanha com valor expressivo.

Em resumo, nobre Comissão Licitante, não há nada que existe naquele Recurso Administrativo antiético e soberbo da Licitante Conteúdo Gestão de Ideias que possa retirar o valor e as notas do trabalho apresentado pela LICITANTE QUEST.

Restando aqui a solidariedade aos membros da Subcomissão Técnica.

=== 3) DOS PEDIDOS ===

Ante o exposto, a LICITANTE QUEST requer o **IMPROVIMENTO** do Recurso Administrativo interposto pela Licitante Conteúdo Gestão de Ideias Ltda para a continuidade do certame licitatório, com a classificação geral já publicada anteriormente.

Outrossim, requer que a r. decisão seja fundamentada.

Termos em que,
Pede e espera deferimento.
Assis/SP, 09 de abril de 2025

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA

CNPJ/MF n° 02.436.740/0001-09

Kátia Abou Gebran Pedrosa

CPF/MF n° 258.587.418-43

Sócio-Administrador

GUSTAVO RODRIGUES MARCHIORI

OAB/SP n° 290.260

Marchiori e Oliveira Sociedade de Advogados

CNPJ/MF n° 32.780.180/0001-68

OAB/SP n° 28.018

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal OAB. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://oab.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/1D62-E405-07D2-76B0> ou vá até o site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 1D62-E405-07D2-76B0



Hash do Documento

43E9DEFEC7906ABF6632FB279EE107D3CAF8D3B9A9E8BC4E58939F486C13A5DF

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 09/04/2025 é(são) :

Nome no certificado: Gustavo Rodrigues Marchiori em

09/04/2025 16:41 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital

