

INSTITUTO FEDERAL
CATARINENSE

INSTITUTO FEDERAL CATARINENSE
SISTEMA INTEGRADO DE PATRIMÔNIO, ADMINISTRAÇÃO E CONTRATOS
EMITIDO EM 24/08/2016 12:03



DOCUMENTO 23348.002555/2016-36

Cadastrado em 24/08/2016 12:03



Documento disponível para recebimento com
código de barras/QR Code

Número:
44/2016

Unidade de Origem:
REITORIA - PRO-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO (11.01.18.02)

Identificador:

Ano:
2016

Tipo do Documento:
LICITAÇÃO

Assunto do Documento (CONARQ):
033.23 - CONFECÇÃO DE IMPRESSOS

Assunto Detalhado:
Concorrência para contratação de agência de propaganda.

Nome(s) do Interessado(s):

E-mail:

Identificador:

Observação:

MOVIMENTAÇÕES ASSOCIADAS

Data Envio	Destino
24/08/2016 12:03	REITORIA - PRO-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO (11.01.18.02)

SIPAC | Copyright © 2005-2016 - Superintendência de Informática - UFRN - (47) 3331-7800 -
jboss01.sig.ifc.edu.br.jboss01inst1



ILMO. SENHOR (A) PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DO
INSTITUTO FEDERAL CATARINENSE - REITORIA

Ref. Processo de Licitação N° 001/2016

Concorrência para contratação de agência de propaganda

FOCO PROPAGANDA LTDA, empresa de direito privado já qualificada nos atos do processo licitatório em epígrafe, por seu representante legal que firma o presente petítório, vem, respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, apresentar **CONTRARRAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO**, o que faz com fulcro no artigo 109, I, “b” da Lei 8.666/1993 e consoante as razões de fato e fundamentos de direito que a seguir expõe à apreciação desta colenda Comissão de Licitações.

Temos em que pede e espera deferimento.

Concórdia/SC, 22 de agosto de 2016.

Osmar Willmer

Sócio-Administrador



REF. PROCESSO DE LICITAÇÃO Nº 001/2016

CONTRARRAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO

RECORRENTE

FOCO PROPAGANDA LTDA.

DOUTA COMISSÃO

1 DAS CONTRARRAZÕES RECURSAIS

A recorrente salienta contrarrazões quanto ao recurso administrativo apresentado pela licitante **Tempo Brasil Comunicação e Design Ltda**, nos quesitos que se nos dizem respeito, referidos a **Foco Propaganda Ltda**.

A **Tempo Brasil** solicita que a recorrente seja desclassificada devido a avaliação do Envelope nº 01, argumentando desrespeito ao Edital. Pontuou como primeiro argumento, item 3 de seu recurso, a apresentação de dois formatos de anúncio de jornal no Plano de Mídia e Não-Mídia, e somente um formato (página-inteira) no quesito Ideia Criativa.

Sobre esta acusação, a recorrente **Foco Propaganda** não descumpriu o Edital. Haja vista que o limite de 10 (dez) peças fica expresso somente para o item Ideia Criativa (11.3.3), o qual a licitante apresentou corretamente 10 *layouts* que corporificam a campanha publicitária, ou seja, exemplificam em formato gráfico como esta campanha será: suas cores, tipografias, imagens e demais elementos. Este limite de peças não é válido para a Estratégia de Mídia e Não-Mídia, conforme fica claro no item 11.3.2, que não limita a quantidade de sugestões criativas a serem apresentadas. Assim sendo, a **Foco Propaganda** sugeriu a criação de diversas peças publicitárias para a campanha em questão ser efetiva, inovadora e impactar o público-alvo, causando um *recall* de marca positivo. E assim sendo, no item Ideia Criativa, apresentou as 10 peças como exemplo, cumprindo o Edital.

No seu segundo argumento, item 3.1, a **Tempo Brasil** questiona o valor que a recorrente apresentou para a produção de 10 (dez) spots de rádio, alegando que este valor está fora da realidade de mercado.

OS

Inicialmente, a **Foco Propaganda** quer salientar que todos os valores apresentados em seu Plano de Comunicação Publicitária são corretos e reais e que assume o compromisso de fazê-los valer caso a campanha vem a ser executada, conforme prevê o Edital. Para comprovar a validade do valor apresentado, a recorrente anexa proposta comercial do fornecedor – produtora de áudio, comprovando o valor de R\$ 100,00 para produção de cada spot, totalizando R\$ 1.000,00 para a sugestão de 10 textos/spots. Uma vez mais, a recorrente afirma que apresentou no item Ideia Criativa somente 01 destes spots, para corporificar em forma de exemplo e não exceder o limite de 10 peças. A sugestão da produção de 10 spots está somente na Estratégia de Mídia e Não-Mídia, onde cumpriu o Edital, que não limita o número de peças.

Em relação ao terceiro argumento expresso no item 4 do seu recurso, a **Tempo Brasil**, argumenta sobre o valor de produção dos totens, que segundo a licitante está fora de mercado.

Para comprovar que o valor está correto, a **Foco Propaganda** anexa proposta de empresa de comunicação visual que fará os totens pelo valor apresentado pela recorrente. Reitera ainda, que todos os valores apresentados são verdadeiros e praticáveis pelo mercado e a recorrente executará a proposta caso for o desejo do IFC.

A **Tempo Brasil** põe em questionamento o valor apresentado pela recorrente quanto a produção do hotsite, argumentando que se refere a um valor impraticável pelo mercado. A **Foco Propaganda** traz anexa a proposta de empresa de desenvolvimento de websites para atestar a veracidade do valor. Neste argumento, item 5 de seu recurso, a **Tempo Brasil** aponta a tabela de honorários do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina – Sinapro (órgão que a Foco Propaganda é filiada desde março de 2005), apontando valor de honorário para criação de Blogs, Fóruns e Hotsites. Este argumento é incabível, uma vez que o Edital não exige os custos internos de agência, ou seja, seus honorários e sim somente os custos de produção e veiculação. Apontar a tabela de honorários da Sinapro é equivocado. O valor apresentado pela **Foco Propaganda** se refere ao custo de produção. E este sim, é praticável e verdadeiro.

Vale ressaltar que a **Foco Propaganda** é uma agência séria, com certificados CENP, Sinapro e COM (Núcleo Oeste das Agências de Propaganda), que atestam a qualificação de seu trabalho. Sente-se desta maneira, ofendida com os argumentos citados pela **Tempo Brasil**.





No item 06 do recurso apresentado pela **Tempo Brasil** é questionado sobre os custos de produção e mídia apresentados pela **Foco Propaganda**. A recorrente cumpriu novamente o Edital e trabalhou com valores de tabela cheia a partir das tabelas de valores praticadas por cada veículo. A **Tempo Brasil**, como é possível induzir, trabalhou com a tabela de honorários da Acaert. Existem duas tabelas, da Acaert e de cada veículo de comunicação.

Ainda sobre os custos de veiculação, mais específico sobre o apontado no item 10 do recurso apresentado pela **Tempo Brasil**, o veículo Jornal Folha de Araquari está com valores de tabela cheia, cumprindo o Edital. A recorrente **Foco Propaganda** valeu-se do valor de anúncio formato meia-página, e não página inteira conforme a **Tempo Brasil** argumenta.

É claro observar que a licitante **Tempo Brasil** está pondo em questionamento a pontuação da recorrente **Foco Propaganda** no Envelope nº 01 devido a sua colocação com nota inferior a recorrente. A recorrente buscou executar um planejamento de comunicação, ideias criativas e escolha dos canais de comunicação da melhor forma possível para resolver o problema apresentado no *briefing*. Assim sendo, usou-se de todos os recursos legais e permitidos pelo Edital para sugerir uma campanha simulada inovadora, criativa e no menor investimento possível.

Assim posto, fica nítido que a **Foco Propaganda** não descumpriu em nenhum momento o Edital em questão. Ficando assim, dentro do valor pressuposto pelo *briefing* para execução da campanha publicitária para o IFC.

2 REQUERIMENTO

À luz do exposto, requer a recorrente o recebimento destas **Contrarrazões de Recurso Administrativo** e, após a observância dos demais trâmites de ordem legal, que seja conhecido, por ser tempestivo, bem como seja provido, devendo, pelas razões expostas ser a licitante **Tempo Brasil**, desconsiderada em seus argumentos apresentados no Recurso Administrativo, em partes que cabe a Foco Propaganda Ltda.

Requer, igualmente, que todas as decisões tomadas sejam revestidas da devida fundamentação, além do que postula no sentido de ser o representante legal da



Recorrente cientificado de toda e qualquer decisão que venha a ser prolatada no que se refere ao presente recurso.

Espera Deferimento.

Concórdia/SC, 22 de agosto de 2016.

FOCO PROPAGANDA LTDA.


Osmar Withner
Sócio Administrador



HOTSITE

Planejamento do posicionamento do design, animações e suas interfaces para a presença digital do cliente e ainda hospedagem do Web Site.

PÁGINA PRINCIPAL

-index -Home

PÁGINAS CONTATO

-Contato
-Resposta Contato

PÁGINAS INTERNAS

-Até 04 páginas Internas
-Localização

CONTADOR

-Sistema do contador de acessos com gráfico de estatísticas diárias.

CSS

-Estilos de texto, links e cores do site.

Hospedagem

Hospedagem em nossos servidores com Banco de dados e até 5 e-mails.

R\$ 300,00 anuais.

Ferramentas utilizadas para o desenvolvimento do site:

HTML – PHP -Flash - Java Script - Banco de Dados – MySQL

OBSERVAÇÕES

Design via agência de publicidade: O design será criado pela agência de publicidade e a Ideia Good, fica responsável pela adaptação e publicação on-line.

- Os valores podem sofrer alterações conforme forem solicitados outros trabalhos que não foram induídos nesse orçamento.

ORÇAMENTO

Desenvolvimento do HotSite, programação do conteúdo, planejamento do design, animações e suas interfaces para a presença digital do cliente.

Ajuste do layout do HotSite	R\$ 900,00
Hospedagem anual	R\$ 300,00
TOTAL Geral	R\$ 1.200,00

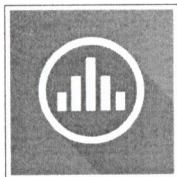
Concórdia, 07 de Julho de 2016

[Handwritten Signature]
Carminês Gomes
Dpto. Comercial



Site: www.ideiagood.com.br
E-mail: falecom@ideiagood.com.br
Fone: (49) 9984 6666

[Handwritten Signature]



HELPER COMUNICAÇÃO

Rua Avenida Brasil, 574 - Sala 204 - Centro - Palmitos - SC - CEP: 89.887-000

HELPER PRODUCOES LTDA - ME
CNPJ: 15200829000105 IE: ISENTO

gestao@helpercomunicacao.com.br

Vendedor: Charles Helfer

FOCO PROPAGANDA

CNPJ: 01.191.137/0001-33 IE: ISENTO

R 29 DE JULHO, 313 - Sala 11 - CENTRO - Concórdia - SC - CEP: 89.700-000

(49) 3442-1236

redacao2@focopropaganda.ppg.br

Validade da proposta
5 Dias

Previsão de entrega
8 horas úteis

Orçamento para gravação e produção de SPOT's de 30 segundos.

Qt.	Itens	Valor unitário	Subtotal
10	Spot 30s - Banco de Vozes	100,00	1.000,00
Total			1.000,00
Valor a cobrar			1.000,00

Forma de pagamento:

Via transferência, depósito, boleto ou cartão de crédito.

Total da proposta:

1.000,00

Certo de vossa atenção, agradecemos desde já pela oportunidade de apresentar nosso trabalho.

Atenciosamente,

Charles Helfer - Sócio Diretor
www.helpercomunicacao.com.br
(49) 3647-2391

Orçamento

49.3442.1274 • 9946.0774

CLIENTE: Foco

Descrição:

Totem

Suporte (pés)

Folha em MDF – 1m x 1.70 cm

Adesivo dupla face com impressão digital

15 unidades

Valor: R\$ 2.550,00



Forma de Pagamento:

combinar.

Entrega:

24hs

Orçamento válido por 10 dias.

Concórdia, 06 de Junho de 2016

Douglas

Prosign Comunicação Visual LTDA ME

17 297 084 / 0001-70

49. 3442 1274

Rua Marechal Deodoro - 35

IMPRESSÃO DIGITAL

IMPRESSOS GRÁFICOS

FACHADAS EM LONA E ACM

PERSONALIZAÇÃO DE FROTAS

ADESIVOS DECORATIVOS

PLACAS DE SINALIZAÇÃO