

494

ATA 021/2021

**ATA DE JULGAMENTO DOS RECURSOS E CONTRARRAZÕES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021**

Aos vinte e nove dias do mês de novembro do ano de dois mil e vinte e um, às 9h00min, a Comissão Permanente de Licitações reuniu-se para julgamento do recurso tempestivo interposto pela empresa **ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.**, e das contrarrazões tempestivas apresentadas pela empresa **PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.** Em resumo, conforme os documentos apresentados e anexados ao processo administrativo n. 4-14/11/2019, a empresa Engenho de Ideias solicita que a CPL reconsidere a decisão que classificou as empresas PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. e Y PROPAGANDA LTDA., alegando equívocos na análise realizada pela Subcomissão Técnica do presente certame. Por sua vez, a empresa PRO TARGET apresenta argumentos. A CPL encaminhou novamente o processo licitatório e os documentos recebidos para apreciação da Subcomissão Técnica formada pelas Senhoras Raquel Mentz, Alexandra Korndorfer e Tatiane A. S. Brandão, para fins de avaliação das alegações apresentadas referentes às propostas técnicas das licitantes, a fim de dar suporte às decisões da CPL. Por sua vez, a Subcomissão analisou tecnicamente os documentos e emitiu a Ata n. 3 anexada ao processo. Conforme o parecer, as alegações apresentadas pela empresa ENGENHO DE IDEIAS acerca dos documentos apresentados pela concorrente PRÓ TARGET foram julgadas improcedentes. Referente à empresa Y PROPAGANDA, os apontamentos realizados pela empresa ENGENHO DE IDEIAS foram indeferidos, com exceção dos subitens 2.5 - valores diferentes dos de tabela - página 30 do recurso apresentado, e 2.6 - da extrapolação de verba - página 39. Segundo a Subcomissão, da mesma maneira que ocorreu com a empresa PRÓ TARGET, a maioria das inconsistências identificadas não comprometeram o conjunto da proposta apresentada e, na avaliação da Subcomissão, não foi atribuída a pontuação máxima, pois foi considerado que o material da concorrente não atendia de forma completa ao proposto no edital. Contudo, os itens "Valores Diferentes dos de Tabela" e "Da Extrapolação da Verba" não obtiveram a mesma avaliação. Verificou-se que o subitem 8.2.4.1 do Edital, que determina a listagem de valores absolutos e percentuais da Estratégia de Comunicação e o subitem 8.2.4.3, inc. I, que determina que a simulação da campanha deverá incluir os preços de tabela cheia

1



vigentes na data de publicação do Edital, não foram cumpridos. Na Radio União FM 105.3 e no carro de som Propacar, os valores informados pelos fornecedores diferem do informado pelo concorrente e, por consequência, alteram o valor final da verba, ultrapassando o limite de R\$ 100.000,00, conforme a verba orçamentária de exercício da proposta informada no Briefing, informação também utilizada para avaliação dos sub quesitos 11.2, inc. I, alínea "b.VI" e 11.2, inc. I, alínea "d.V" do Edital, razão pela qual a Subcomissão sugere a desclassificação da empresa recorrida Y PROPAGANDA. Assim, com base no resultado da análise do recurso e das contrarrazões apresentadas pela Subcomissão Técnica formada para fins de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas no presente certame, a Comissão Permanente de Licitações decide por acolher o parecer emitido pelos seus próprios e fáticos fundamentos, deferindo parcialmente o recurso apresentado pela empresa ENGENHO DE IDEIAS, mantendo assim a decisão que julgou classificada a empresa PRO TARGET e reformando sua decisão quanto à classificação da empresa Y PROPAGANDA, por entender que a Subcomissão Técnica possui competência para avaliar as respectivas questões apresentadas nos documentos, consoante também aos princípios da competitividade e da razoabilidade, atuando com base no formalismo moderado e afastando o formalismo excessivo. Desta forma a CPL mantém a classificação das empresas ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. e ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., e declara a empresa Y PROPAGANDA LTDA. desclassificada no certame. O processo licitatório será encaminhado para apreciação da autoridade superior para fins de análise e deliberação. Nada mais havendo a constar, foi lavrada a presente ata.

João Ricardo Leturiondo Pureza _____

Meiriane Taise Fuchs _____

Paula Tramontim _____

Paulo Mossmann _____

À Diretora-Geral:

Trata-se do processo licitatório que objetiva a contratação de agência de publicidade.

A Comissão Permanente de Licitações – conforme Ata nº. 018/2021 – entendeu pela classificação de todas as empresas licitantes.

A empresa Engenho de Ideias Comunicação Ltda apresentou recurso contra tal decisão, ocasião em que postulou a desclassificação da empresa Pro Target Comunicação e Marketing Ltda e empresa Y Propaganda Ltda.

O recurso e as contrarrazões foram analisados pela Subcomissão técnica, a qual entendeu pela desclassificação da empresa Y Propaganda Ltda. A Comissão Permanente de Licitações, então, acolheu a manifestação da Subcomissão técnica e declarou inabilitada a empresa em questão.

Vieram os autos para parecer.

O recurso em questão foi interposto com base no artigo 109, inciso I, da Lei nº. 8.666/93.

Os argumentos recursais dizem com questões técnicas, as quais foram devidamente enfrentadas pela Subcomissão técnica, conforme Ata da fl. 483.

A Comissão Permanente de Licitações, por sua vez, entendeu que a competência para o enfrentamento das questões técnicas é da Subcomissão técnica, razão pela qual declarou a empresa Y Propaganda Ltda desclassificada.

O feito teve regular tramitação até o momento, não havendo o que apontar quanto à forma.

Posto o contexto, cabe à Autoridade Administrativa – no caso, a Diretora-Geral – decidir quanto ao recurso interposto.

Da análise do que consta nos autos, entendemos como adequado o rito e a decisão adotada pela Comissão Permanente de Licitações, razão pela qual encaminhamos o expediente à deliberação superior, com a recomendação para que seja acatada a decisão da CPL.

Destacamos, por fim, a necessidade de atendimento dos prazos legais no que se refere à decisão da Autoridade Administrativa.

Ante o exposto, submetemos o presente parecer à análise e deliberação superior.

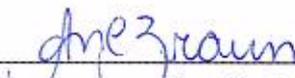
É o parecer, salvo melhor juízo.

Novo Hamburgo, 03 de dezembro de 2021.


Anelise Brauch
Assessora Jurídica
OAB/RS 62.804

Processo 4 - 14/11/2019

Data 07/12/2021 14:21:44
Despacho:
Tipo: Requerimento
Assunto: Referente à contratação de agência de publicidade
Comentário: Ciente, de acordo com a decisão da CPL, para os devidos encaminhamentos do processo.
Interessado: Aline Sonaglio Polesso
Representante: N/D
De Setor: Diretoria Geral / Gabinete
De Usuário: Andrea Claudia Braun
Para Setor: Comissão de Licitações
Para Usuário: MEIRIANE TAISE FUCHS



Andrea Claudia Braun
COMUSA Serviços de Água
e Esgoto de N.H

ANDREA BRAUN
Diretora-Geral

MEIRIANE TAISE FUCHS

Data

483
✓

Ata 003 – Concorrência n. 001/2021

Subcomissão Técnica da Concorrência n. 001/2021

Às 8 horas do dia 25 de novembro de dois mil e vinte e um, na cidade de Novo Hamburgo/RS, na sala de reuniões do Setor de Gestão de Consumo da COMUSA – Serviços de Água e Esgoto de Novo Hamburgo – Localizada na Rua Rio Iguaçu, nº 271, estando presentes: ALEXANDRA KORNDORFER, RAQUEL MENTZ E TATIANE ALINE SCHWEIG BRANDÃO, membros da Subcomissão sorteada conforme Chamamento Público 001/2021 – Sorteio.

A Subcomissão proferiu a leitura do recurso apresentado pela licitante Engenho de Ideias Comunicação Ltda e a contrarrazão apresentada pela licitante Pró Target Comunicação e Marketing Ltda. A licitante Y Propaganda Ltda não enviou contrarrazão para apreciação. A partir da análise das razões, chegou ao seguinte parecer:

1. Acerca das razões apresentadas pela Engenho de Ideias Comunicação Ltda para a desclassificação da Pró Target Comunicação e Marketing Ltda:

1.1. Dos textos não justificados

Referente ao texto não justificado, conforme item 8.2.5. VII, a comissão considerou que o texto está justificado, exceto em três ocasiões distintas, que não comprometeram a qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo. No nosso entendimento, foi provável falha na formatação do arquivo no momento da impressão. Utilizar tal critério para a desclassificação seria excesso de formalismo, pois as três ocorrências são praticamente imperceptíveis e poderiam passar despercebidas e não contribuíram para identificar o provável concorrente.

1.2 Ausência de peças na relação da ideia criativa

Quanto à ausência de peças na relação da ideia criativa, o Edital, no item 8.2.3.II.a, não especifica que tamanhos diferentes de peças constituem formatos diferentes, por isso não identificamos a referida ausência de peças: trata-se da mesma peça (anúncio rouba-página) em tamanhos diferentes, de acordo com cada jornal.

1.3 Da não inclusão de informações obrigatórias no resumo geral do plano de comunicação

X
Rafael

1.3.1 Distribuição de cartazes e folderes

Conforme a recorrida, o custo da distribuição dos folderes e dos cartazes está listado no anexo 10, no item promotora e no custo da produção, respectivamente. Ainda em relação a este item, entendemos que, conforme solicita o edital, no item 8.2.2, a recorrida apresentou as linhas gerais da sua proposta.

1.3.2 Textos informativos veiculados por carro de som

Referente à gravação dos textos informativos, a recorrida informa que os custos estão incluídos no custo da produção, conforme email anexado nas contrarrazões. De acordo com o Edital, no item 8.2.2, a recorrida apresentou as linhas gerais de sua proposta.

1.3.3 Peças digitais e de endomarketing: email, whatsapp e newsletter

Quanto às peças digitais e de endomarketing, elas são citadas na estratégia de comunicação publicitária e ideia criativa e é feito um resumo geral, conforme o item 8.2.4.1 do edital. As referidas peças não foram listadas na estratégia de mídia e não mídia por serem consideradas como não mídia, conforme item 8.2.4.2 do edital. Essa subcomissão considerou o item, 11.2.1.d.iv sobre a utilização de recursos próprios da COMUSA para justificar a ausência de custo.

1.4 Valores diferentes dos de tabela

O Edital não solicita que o licitante anexe os valores das tabelas oficiais dos veículos de comunicação. Apesar disso, a recorrente contestou alguns valores de mídia apresentados e que estariam diferentes da tabela oficial. A recorrida esclareceu, através de e-mails enviados pelos veículos, confirmando os valores citados na proposta.

1.5 Da extrapolação da verba

Considerando que os valores apresentados na contrarrazão pela recorrida estariam de acordo com os veículos de comunicação, não há extrapolação da verba.

2. Acerca das razões apresentadas pela Engenho de Ideias Comunicação Ltda para a desclassificação da Y Propaganda Ltda:



2.1. Da não inclusão de valores para a distribuição de flyers nos custos do Plano de Comunicação

Referente a este item, na simulação de mídia alternativa, p. 18 da proposta da concorrente, consta o valor da distribuição de parte dos flyers (volantes/ carro de som). Essa subcomissão considerou o item, 11.2.I.d.iv sobre a utilização de recursos próprios da COMUSA para justificar a ausência de custo para a distribuição do restante do material.

2.2 Ausência de peças na relação da ideia criativa

2.2.1 Carro de som

Na ideia criativa não há menção ao carro de som, pois este configura como um veículo de comunicação. A peça é o flyer, que está listado na ideia criativa e será usado juntamente na ação com o carro de som.

2.2.2 Texto

Por si só, a palavra texto não é uma peça publicitária e sim um termo genérico para citar qualquer formato que transmita uma informação. A concorrente Y Propaganda Ltda não deixou de citar nenhuma peça, apenas não utilizou o vocabulário adequado. Na avaliação da Subcomissão, no sub quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia, não foi atribuída a pontuação máxima pelas três avaliadoras, por terem considerado que o material da concorrente não atendia de forma completa ao proposto no edital.

2.2.3 Anúncios de rodapé alto e meia-página

Quanto à ausência de peças na relação da Ideia Criativa, o Edital, no item 8.2.3.II.a, não especifica que tamanhos diferentes de peças constituem formatos diferentes, por isso não identificamos a referida ausência de peças: trata-se da mesma peça (anúncio meia-página e rodapé alto) em tamanhos diferentes, de acordo com cada jornal, constituindo mera adaptação de uma mesma ideia/peça.

2.2.4 Folder

A subcomissão considerou que o uso das palavras folder e flyer foi equivocada em determinadas partes da proposta apresentada. Ainda que representem atualmente peças distintas, são originadas do panfleto ou folheto, e possuem finalidade semelhante. Portanto, tanto na Ideia Criativa, que cita o flyer, quanto na Estratégia de

LIBL

ca. [assinatura]

Mídia e Não-Mídia, que cita o folder, a peça referida é a mesma, que é caracterizada na Simulação Geral de Mídia e Não-Mídia e no Resumo Geral. Na avaliação da Subcomissão, nos subquesitos Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia, não foi atribuída a pontuação máxima pelas três avaliadoras, por terem considerado que o material da concorrente não atendia de forma completa ao proposto no edital.

2.3 Da apresentação de documentos com informações inverídicas

A recorrente citou o período de veiculação da campanha no jornal, rádio e outdoors como estando incorreto, pois estaria maior do que o previsto no planejamento. Entretanto o que ocorre é que o formato de exibição escolhido pela agência recorrida não foi claramente interpretado. O período de veiculação refere-se ao período total da campanha e não aos dias em que as peças serão veiculadas. Tal forma de interpretação se aplica as demais concorrentes, inclusive à recorrente, cabendo a Subcomissão fazer a adequada compreensão dos dados das tabelas.

2.4 Da utilização indevida de peça finalizada

No entendimento da Subcomissão, a peça apresentada não está finalizada, como foi afirmado pela recorrente. A peça flyer foi apresentada em material semelhante as demais peças e, portanto, diferente do informado no Resumo Geral - papel *couchê*, 150g -, caracterizando que não se trata de peça finalizada.

2.5 Valores diferentes dos de tabela

A recorrente destaca que a concorrente não cumpriu o item 8.2.4.3.I, ao não utilizar os preços de tabela cheia dos veículos de comunicação. A Subcomissão saliente que o edital não exige que a concorrente apresente qualquer documento que confirme tais valores. Entretanto, a recorrente em seu recurso, anexou tais listagens, que mostram não ter sido aplicado em todas as situações apresentadas na Estratégia de Mídia e Não Mídia tais valores. Isso ocorre na Simulação de Mídia/ Rádio e Simulação de Mídia Alternativa.

A concorrente, decorrido o prazo legal, não apresentou contrarrazões.

Esta Subcomissão, com a finalidade de apurar as razões, enviou solicitação por email para os veículos que suscitaram possíveis contradições, cujas respostas estão anexadas a esta ata.



485
✓

2.5.1 Sobre a Rádio União FM 105.3

A Agência Y Propaganda Ltda informou que o valor contratado para o horário das 7h às 19h seria de R\$ 73,00 por inserção. Entretanto, o veículo apresentou o valor de tabela de R\$ 102,00 e apontou como valor negociado R\$ 82,00. Aplicando-se estes valores, a soma da planilha seria alterada.

2.5.2 Sobre o carro de som

A mesma contradição foi verificada com respeito ao valor cobrado pelo carro de som da Propacar. Há dois valores distintos, por se tratar de ações com duração diferente, que não foram detalhadas na planilha. Como valor único, foi apontado R\$ 155,00, mas a empresa orçada informou que pratica valores diferentes, conforme a duração da ação: R\$ 150,00 para duas horas e R\$ 280,00 para quatro horas. Novamente, o valor total da planilha seria alterado.

2.5.3 Sobre a Rádio ABC

Novamente o valor de tabela foi contestado, como não havendo o referido valor nas informações do veículo. Entretanto, nas contrarrazões da Agência Pró Target, o mesmo fato havia sido esclarecido, com um email anexado enviado pela Rádio ABC. Por isso, essa Subcomissão optou por não efetuar diligência nesta situação, considerando o fato esclarecido, tanto no caso da concorrente Pró Target, quanto da Y Propaganda.

2.6 Da Extrapolação da verba

Considerando as informações acima, que alteram o valor total da planilha, o concorrente Y Propaganda Ltda extrapolou o previsto na verba, que era de R\$ 100.000,00.

3. Das conclusões desta Subcomissão

Após a análise das razões e contrarrazões, essa Subcomissão recomenda que não sejam considerados todos os argumentos apresentados pelo recorrente que pede a desclassificação das agências Pró Target Comunicação e Marketing Ltda e Y Propaganda

✓

Ltda. Acerca dos argumentos, estes foram relacionados anteriormente e descritos, com base nas informações do Edital.

Destaca-se que os trabalhos desta Subcomissão seguiram o estabelecido no Edital e que não houve falta de lisura nos apontamentos e na avaliação dos quesitos e subquesitos que fundamentaram a nota de cada concorrente. Sendo assim, reiteramos as notas atribuídas anteriormente, sem qualquer alteração, visto que já foram considerados tanto o cumprimento total ou parcial de cada item e não foi evidenciada qualquer irregularidade.

Quanto ao pedido de desclassificação da concorrente Pró Target, esta comissão orienta que seja mantida a concorrente neste certame. Cabe ressaltar que na fase de julgamento das propostas, houve inconsistências identificadas e que tratam de questões sanáveis ou passíveis de ajuste, que não comprometem integralmente as estratégias e tampouco podem ser consideradas como critério para desclassificação. Ainda assim, na avaliação da Subcomissão, não foi atribuída a pontuação máxima, por terem considerado que o material da concorrente não atendia de forma completa ao proposto no edital.

Quanto ao pedido de desclassificação da concorrente Y Propaganda, esta comissão orienta que sejam considerados em parte os argumentos apresentados pela recorrente Engenho de Ideias, para os quais não foram apresentadas as contrarrazões. Da mesma maneira que ocorreu com a concorrente anterior, a maioria das inconsistências identificadas não comprometeu o conjunto da proposta apresentada e na avaliação da Subcomissão, não foi atribuída a pontuação máxima, por terem considerado que o material da concorrente não atendia de forma completa ao proposto no edital.

Entretanto, os itens "Valores diferentes dos de Tabela " e "Da Extrapolação da verba" não obtiveram a mesma avaliação.

Esta Subcomissão verificou que o item 8.2.4.I do Edital, que determina a listagem de valores absolutos e percentuais da Estratégia de Comunicação, o item 8.2.4.3.I, que determina que a simulação da campanha deverá incluir os preços de tabela cheia vigentes na data de publicação do Edital não foram cumpridos. Isso ocorreu em duas ocasiões: na Radio União FM 105.3 e no carro de som Propacar. Os valores informados pelo fornecedor diferem do informado pelo concorrente e, por consequência, alteram o valor final da verba, ultrapassando o limite de R\$ 100.000,00.

486
✓

Cabe também salientar que o Edital prevê que a verba orçamentária é de R\$ 100.000,00, conforme o Briefing, que está no Anexo 1, item 10.7. A mesma informação também faz parte dos subquesitos avaliados pela Subcomissão, nos itens 11.2.I.b.vi e 11.2.I.d.v.

Esta Subcomissão sugere a desclassificação da concorrente Y Propaganda por não cumprir o Edital e encaminha para parecer da Comissão Permanente de Licitações.

Nada mais havendo a constar, foi lavrada e assinada a presente ata.

Alexandra Korndorfer

Alexandra Korndorfer

Raquel Mentz

Raquel Mentz

Tatiane Brandão

Tatiane A. S. Brandão

Zimbra

akorndorfer@comusa.rs.gov.br

487

Fwd: RES: Inserção de spot 30

De : Alexandra Korndorfer
<akorndorfer@comusa.rs.gov.br>

Qua, 24 de nov de 2021 15:36

2 anexos

Assunto : Fwd: RES: Inserção de spot 30

Para : Raquel Mentz <rmentz@comusa.rs.gov.br>,
tatianebrandao jornalista
<tatianebrandao.jornalista@gmail.com>

Alexandra Korndorfer
Faturamento - Comercial Centro

De: "uniaofm" <uniaofm@uniaofm.com.br>
Para: "Alexandra Korndorfer" <akorndorfer@comusa.rs.gov.br>
Enviadas: Quarta-feira, 24 de novembro de 2021 15:19:47
Assunto: RES: Inserção de spot 30

Oi, boa tarde !

Segue em anexo a proposta conforme solicitado.

Dúvidas a disposição,



Ana Paula Koch
Administrativo/Comercial

✉ comercial@uniaofm.com.br
☎ (51) 3594 8181



VOZ AO
QUE FAZ BEM



uniaofm.com.br • [@radiouniaofm](https://www.instagram.com/radiouniaofm)

De: Alexandra Korndorfer [mailto:akorndorfer@comusa.rs.gov.br]

Enviada em: terça-feira, 23 de novembro de 2021 17:59

Para: uniaofm@uniaofm.com.br

Assunto: Inserção de spot 30

Boa tarde

Solicito o seguinte orçamento:

* inserção de spot 30", na faixa entre as 7h e as 19h:

Tais informações fazem parte de uma diligência para Licitação Pública. Necessitamos que os preços informados sejam os praticados pela empresa em 14/07/2021.

Att

Alexandra Korndorfer

Faturamento - Comercial Centro
COMUSA

--

Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.

488
✓

--

Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.



image001.png
37 KB

Proposta COMUSA.pdf
779 KB

De : União FM <uniaofm@uniaofm.com.br>

Qua, 24 de nov de 2021 15:19

Assunto : RES: Inserção de spot 30

2 anexos

Para : 'Alexandra Korndorfer'
<akorndorfer@comusa.rs.gov.br>

Oi, boa tarde !

Segue em anexo a proposta conforme solicitado.

Dúvidas a disposição,



Ana Paula Koch
Administrativo/Comercial
comercial@uniaofm.com.br
(51) 3594 8181



De: Alexandra Korndorfer [mailto:akorndorfer@comusa.rs.gov.br]

Enviada em: terça-feira, 23 de novembro de 2021 17:59

Para: uniaofm@uniaofm.com.br

Assunto: Inserção de spot 30

Boa tarde

Solicito o seguinte orçamento:

* inserção de spot 30", na faixa entre as 7h e as 19h:

Tais informações fazem parte de uma diligência para Licitação Pública. Necessitamos que os preços informados sejam os praticados pela empresa em 14/07/2021.

Att

Alexandra Korndorfer

Faturamento - Comercial Centro

COMUSA

--

Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.

489
✓

--
Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.



— **Proposta COMUSA.pdf**
784 KB

De : Alexandra Korndorfer
<akorndorfer@comusa.rs.gov.br>

Ter, 23 de nov de 2021 16:58

Assunto : Inserção de spot 30

Para : uniaofm@uniaofm.com.br

Cco : Raquel Mentz <rmentz@comusa.rs.gov.br>,
tatianebrandao jornalista
<tatianebrandao.jornalista@gmail.com>

Boa tarde

Solicito o seguinte orçamento:

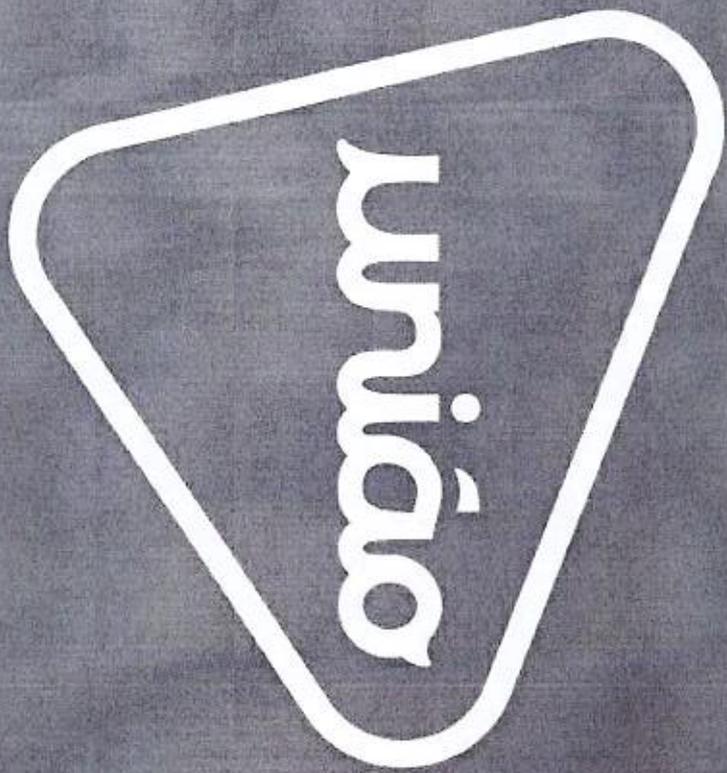
* inserção de spot 30", na faixa entre as 7h e as 19h:

Tais informações fazem parte de uma diligência para Licitação Pública. Necessitamos que os preços informados sejam os praticados pela empresa em 14/07/2021.

Att

Alexandra Korndorfer
Faturamento - Comercial Centro
COMUSA

490 ✓



VOZ AO
QUE FAZ BEM

▶ Proposta Especial de Patrocínio - 2021

► Inspiração

Inspiração... Palavra de ordem da União FM. Com uma longa história, a União FM é a trilha sonora de diferentes gerações o que torna sua programação agradável aos mais diferentes públicos. A União FM evoluiu, acompanhou tendências, renovou e hoje, além de música, leva cultura, conteúdo de qualidade, informação e experiências diferenciadas a audiência. Tudo isso para ir além das ondas do rádio e interagir cada vez mais com o público. Desde 2019, a Rede União Fm uniu as programações de Novo Hamburgo com a de Pelotas. Em 2021, a rede amplia sua atuação agregando a União FM de Blumenau, terra da tradicional Oktoberfest, na Região do Vale Europeu, com toda a cultura que marca seu povo e sua história. Com isso, nosso conteúdo multiplataforma, alcançará todo Vale do Itajaí e o litoral Centro-norte de Santa Catarina. No Rio Grande do Sul, a Rede União Fm pode ser sintonizada na Grande Porto Alegre, serra gaúcha, litoral norte e zona sul do Estado.

É isso que nos inspira a ter uma programação cada vez melhor.



PROPOSTA COMERCIAL COMUSA

AVULSO – DAS 07:00 ÀS 19:00

VALOR TABELA – R\$ 102,00

VALOR NEGOCIADO – R\$ 82,00

AUDIÊNCIA DA RÁDIO UNIÃO FM 105,3

❖ PERFIL DO OUVINTE

- GÊNERO: 56,50% mulheres | 43,50% homens
- GRAU DE INSTRUÇÃO: 84,39% fundamental completo a superior completo
- ADULTO QUALIFICADO 25+: 85,18%
- CLASSE ECONÔMICA AB: 50,19%
- CLASSE ECONÔMICA C: 48,83%

FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA | P5% | EASYMEDIA 4 /
GRANDE PORTO ALEGRE | SEGUNDA A SEXTA | 07H - 19H |
DEZ2020/FEV21

❖ SITE RÁDIO

- VISUALIZAÇÕES/MÊS*: 46.785
- TEMPO MÉDIO/MÊS*: 1hs e 44 min

❖ REDES SOCIAIS

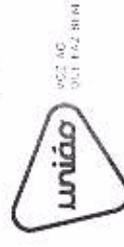
- FACEBOOK/INSTAGRAM*: 47.141 SEGUIDORES

❖ AVALIAÇÃO GOOGLE*: 4,9/5

* Números atualizados em 15/03/2021

RÁDIO UNIÃO FM 105.3 – NOVO HAMBURGO

Rua Centenário, 600, Vila Nova – Novo Hamburgo / RS – CEP 93525-340
Telefone: (51) 3594.8181 | WhatsApp/SMIS: (51) 9 9122.6348 – uniaoofm@uniaoofm.com.br
www.uniaoofm.com.br



491

► Área de Abrangência Rede União

Grande Porto Alegre

Alvorada, Cachoeirinha, Canoas, Eldorado do Sul, Esteio, Gravataí, Guaíba, Nova Santa Rita, Sapucaia do Sul, Porto Alegre e Viamão.

Vale dos Sinos

Campo Bom, Dois Irmãos, Estância Velha, Ivoti, Lindolfo Collor, Morro Reuter, Novo Hamburgo, Portão, Presidente Lucena, São Leopoldo e Sapiranga.

Vale do Caí

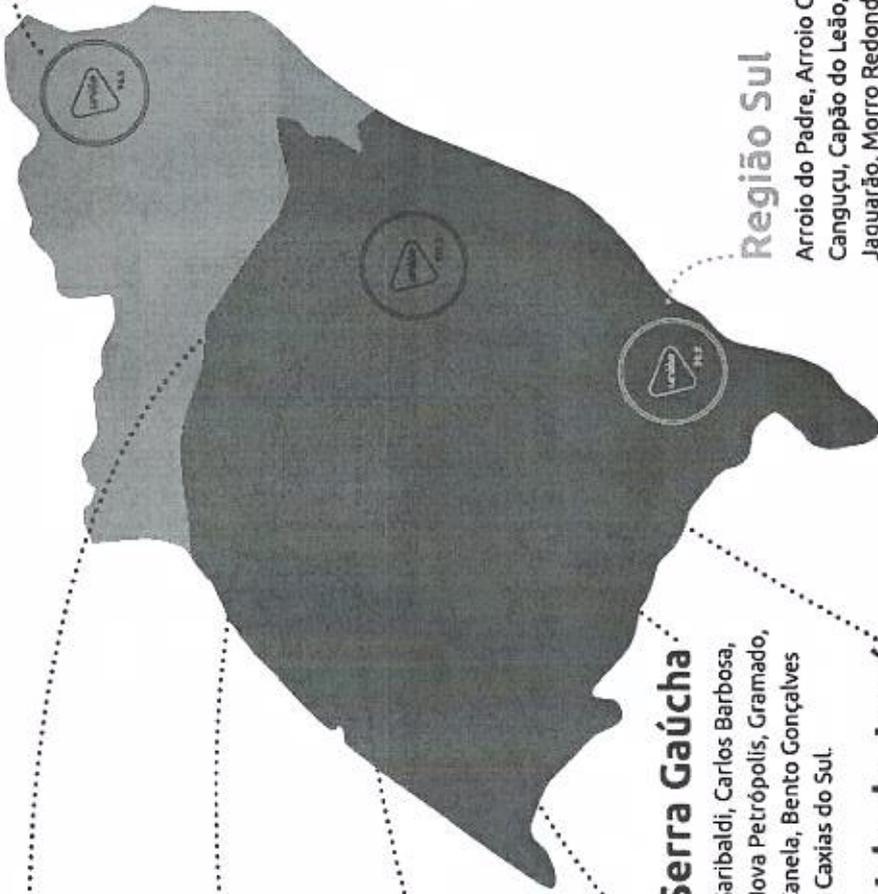
Alto Feliz, Barão, Bom Princípio, Brochier do Maratá, Capela de Santana, Feliz, Harmonia, Linha Nova, Montenegro, Pareci Novo, Salvador do Sul, São José do Hortêncio, São Pedro da Serra, São Sebastião do Caí, São Vendelino, Tupandi e Vale Real.

Vale do Paranhana

Araricá, Taquara, Parobé, Igrejinha, Nova Hartz, Três Coroas, Rolante e Riozinho.

Blumenau

Apiúna, Araquari, Ascurra, Balneário Camboriú, Barra Velha, Benedito Novo, Blumenau, Bombinhas, Botuverá, Brusque, Camboriú, Canelinha, Corupá, Dona Emma, Doutor Pedrinho, Gaspar, Guabiruba, Guarimir, Ibirama, Ihota, Imbuia, Indaial, Itapema, Itapoá, Itajaí, Ituporanga, Jaraguá do Sul, Joinville, José Boiteux, Laurentino, Leoberto Leal, Lontras, Luiz Alves, Major Gercino, Massaranduba, Navegantes, Nova Trento, Penha, Piçarras, Pomerode, Porto Belo, Presidente Getúlio, Presidente Nereu, Rio Negrinho, Rio do Oeste, Rio do Sul, Rio dos Cedros, Rodeio, São Bento do Sul, São Francisco do Sul, São João Batista, São João Itaperiú, Schroeder, Tijuca, Timbó, Trombudo Central, Vidal Ramos, Vitor Meireles e Witmarsum.



Serra Gaúcha

Garibaldi, Carlos Barbosa, Nova Petrópolis, Gramado, Canela, Bento Gonçalves e Caxias do Sul.

Vale do Jacuí

Cachoeira do Sul, Rio Pardo e Triunfo.

Região Sul

Arroio do Padre, Arroio Grande, Canguçu, Capão do Leão, Cerrito, Jaguarão, Morro Redondo, Pedro Osório, Pelotas, Rio Grande (incluindo Cassino), São José do Norte, São Lourenço do Sul e Turuçu.

Legenda

- União FM 105.3
GRANDE PORTO ALEGRE
- União FM 99.9
REGIÃO SUL RS
- União FM 96.5
BLUMENAU SC

Zimbra

akorndorfer@comusa.rs.gov.br

492

Re: Orçamento de Carro de Som com distribuição de Panfletos**De :** Luciano Fleck <propacarnh@gmail.com>

Qui, 25 de nov de 2021 09:53

Assunto : Re: Orçamento de Carro de Som com distribuição de Panfletos**Para :** Alexandra Korndorfer
<akorndorfer@comusa.rs.gov.br>As imagens externas não são exibidas. [Exibir as imagens abaixo](#)

Em ter, 23 de nov. de 2021 às 17:15, Luciano Fleck <propacarnh@gmail.com> escreveu:

Boa tarde

Solicito o seguinte orçamento de Carro de Som com Distribuição de Panfletos:

* 23 ações de 2 horas, com distribuição de 1.000 panfletos, cada uma em um bairro diferente de Novo Hamburgo

 $23 \times 150,00 = R\$ 3.450,00$

* 1 ação de 4 horas, com distribuição de 2.000 panfletos, no bairro Canudos.

 $1 \times 280,00 = R\$ 280,00$

Tais informações fazem parte de uma diligência para Licitação Pública. Necessitamos que os preços informados sejam os praticados pela empresa em 14/07/2021.

Att

Alexandra KorndorferFaturamento - Comercial Centro
COMUSA

--

Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.

--

Att

Luciano Fleck Whats 9 93254800

Zimbra

cpl@comusa.rs.gov.br

**Re: PRORROGAÇÃO DE PRAZO JULGAMENTO RECURSO E CONTRARRAZÕES
CONCORRÊNCIA N. 001/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE****De :** Marcio Luders dos Santos
<mluders@comusa.rs.gov.br>

Sex, 26 de nov de 2021 10:55

Assunto : Re: PRORROGAÇÃO DE PRAZO JULGAMENTO
RECURSO E CONTRARRAZÕES CONCORRÊNCIA N.
001/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE
PUBLICIDADE**Para :** Comissao Permanente de Licitacoes - COMUSA
<cpl@comusa.rs.gov.br>

Bom Dia!

De acordo

--

Marcio Luders dos Santos
Diretor-geral
Comusa - Serviços de Agua e Esgoto de Novo Hamburgo
mluders@comusa.rs.gov.br
(51)30361100**De:** "Comissao Permanente de Licitacoes - COMUSA" <cpl@comusa.rs.gov.br>**Para:** "Marcio Luders dos Santos" <mluders@comusa.rs.gov.br>**Cc:** "Anelise Brauch" <abrauch@comusa.rs.gov.br>, "Sabrina Correa Ferri Santana" <sferris@comusa.rs.gov.br>, "Paula Tramontim" <ptramontim@comusa.rs.gov.br>, "Joao Ricardo Leturiondo Pureza" <jpureza@comusa.rs.gov.br>, "Paulo Mossmann" <pmossmann@comusa.rs.gov.br>, "Andrea Claudia Braun" <abraun@comusa.rs.gov.br>**Enviadas:** Sexta-feira, 26 de novembro de 2021 10:44:12**Assunto:** PRORROGAÇÃO DE PRAZO JULGAMENTO RECURSO E CONTRARRAZÕES
CONCORRÊNCIA N. 001/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Prezado Diretor-Geral, bom dia.

Acerca da Concorrência n. 001/2021 - *Contratação de Agência de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas da COMUSA* - informamos que recebemos recurso e contrarrazões referentes ao julgamento das propostas técnicas, conforme documentos em anexo.

A decisão da Comissão Permanente de Licitações foi embasada a partir da análise da Subcomissão Técnica.

Desta forma, os documentos foram encaminhados para apreciação da Subcomissão, que analisou as alegações e remeteu os autos à CPL na data de hoje, para decisão.

Ocorre que, tendo em vista o extenso conteúdo, a alta complexidade dos fundamentos aduzidos e o término do prazo para julgamento na data de hoje, 26/11/2021, julgamos

necessária a prorrogação do prazo para julgamento do recurso e das contrarrazões por mais 5 dias úteis, a fim de realizar a melhor apreciação e o mais adequado julgamento das peças apresentadas, em conformidade com o subitem 15.6, alínea "g" do Edital,

"15.6. Em todas as fases da presente licitação, serão observadas as normas previstas no art. 109 da Lei Federal n.º 8.666/93.

[...]

a) O prazo para interposição de recursos relativos às decisões, será de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação da decisão objeto do recurso.

[...]

e) Decorrido o prazo para a apresentação das razões e contrarrazões de recurso, a Comissão de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-los ao Diretor-Geral, acompanhado dos autos da licitação, do relatório dos fatos objeto do recurso e das razões da sua decisão

f) A decisão do Diretor-Geral, a ser proferida nos 5 (cinco) dias úteis subsequentes ao recebimento do relatório e das razões de decidir da Comissão de Licitação, é irrecorrível.

g) Os prazos previstos nas alíneas "e" e "f" poderão ser prorrogados, a critério da Administração, sempre que for necessário para o adequado julgamento dos recursos, como, por exemplo, para a realização de diligências. A prorrogação deverá ser devidamente justificada nos autos da licitação."

Contudo, à consideração superior.

At.te,

Meiriane Taise Fuchs

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

Comusa Serviços de Água e Esgoto de Novo Hamburgo

CNPJ: 09.509.569/0001-51

Av. Cel. Travassos, 287 - Bairro Rondônia - CEP 93415-000

Novo Hamburgo - RS

Fone: (51) 3036 1121

--

Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.

--

Esta mensagem foi verificada pelo sistema de antivírus e acredita-se estar livre de perigo.