

Ao

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E  
TECNOLOGIA DO SUL DE MINAS GERAIS – IFSULDEMINAS**

At.: COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO – CONCORRÊNCIA N.º 01/2020

**VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no CNPJ nº 05.432.160/0001-23, com sede na Rua Aparecida nº 710, Centro, Guaxupé / MG, neste ato representada por seu representante legal, vem respeitosamente, perante Vossas Senhorias, apresentar suas

**CONTRARRAZÕES,**

ao **Recurso Administrativo** interposto pela licitante **Brasil 84 Publicidade e Propaganda Ltda**, contra decisão administrativa que tornou pública a classificação das licitantes na fase da Proposta Técnica relativa à Concorrência nº 01/2020, cujo objeto é a contratação de uma agência de publicidade e propaganda, e o faz pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

**I – DAS IRRESIGNAÇÕES DA RECORRENTE**

A Recorrente Brasil 84 Publicidade e Propaganda Ltda insurge-se contra o resultado das Propostas Técnicas, no qual a mesma restou classificada em segundo lugar.

**1 - Quanto à atuação do membro da Subcomissão - Sr. Daniel**

Alega a Recorrente, que o Sr. Daniel, um dos membros da Subcomissão Técnica a prejudicou, ao avaliar o subquestito presente na alínea “e” do item 12.2.1.3 do Edital, e demonstrado nas Propostas Técnicas da Recorrente e da ora Peticionária de forma idêntica, porém concedeu notas diferentes para ambas.

Não assiste qualquer razão à alegação da Recorrente, tão somente demonstra seu desconhecimento quanto ao adequado e necessário formato descrito no Edital e tão bem seguido pela Subcomissão Técnica, bem

*Recebi as  
presenças  
contrarrazões  
compostas  
de 35 páginas  
e anexos  
numerados  
de 1 a 35  
na data  
de 36/03/20*

*Daniel*

assim, sua ânsia em alcançar apelativamente o primeiro lugar deste certame, de forma indevida.

Nesta seara, temos que as notas concedidas pelo Sr. Daniel, são fruto de sua criteriosa análise conjunta dos subquesitos que compõe o quesito Ideia Criativa, como vemos na letra da Lei 12.232/2010, e também nos termos do Edital (destacamos):

## **11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

*11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:*

### **QUESITOS**

*1. Plano de Comunicação Publicitária I. Raciocínio Básico*

*II. Estratégia de Comunicação Publicitária*

*III. Ideia Criativa*

*IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia*

*2. Capacidade de Atendimento*

*3. Repertório*

*4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação*

### **SUBQUESITOS**

*11.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:*

*a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;*

*b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.*

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

*12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.*

*12.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:*

### *12.2.1.3 Subquestos 3 - Ideia Criativa*

*a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;*

*b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*

*c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;*

*d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;*

*e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;*

*f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;*

*g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.*

Pelo que vemos acima, as justificativas concedidas pelo Sr. Daniel tanto para a Recorrente, quanto para a Recorrida, refere-se tão somente a **1 (um)** dos **7 (sete)** subquestos que compõe o quesito **Ideia Criativa**, assim, dentro da nota do quesito existem outros **6 (seis)** subquestos que por si só lhe conferem a aplicação de notas diferentes para o conjunto.

**As notas 4,7 e 4,5 concedidas pelo Sr. Daniel, respectivamente às empresas VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP correspondem ao somatório de todos os critérios existentes nos 7 (sete)**

**subquesitos que compõe a Ideia Criativa, e não somente à um dos dois critérios citados no subquesito presente na alínea “e”: a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.**

**Ou seja, a diferença entre as notas concedidas para a Recorrente e para a Recorrida está plenamente justificada, pois implicitamente contida na avaliação conjunta do quesito Ideia Criativa, a qual, exatamente por ser conjunta e refletir o somatório das notas dos critérios contidos nos subquesitos, não pode ser avaliada apenas através de uma observação relativa à originalidade da solução administrativa, como quer fazer valer a Recorrente.**

**Não assiste nem de longe razão à Recorrente, quando afirma que o Sr. Daniel, atribuiu Notas diferentes à Ideia Criativa das empresas, mas com a mesma justificativa.**

**Portanto, o Membro agiu corretamente e de acordo com sua íntima percepção decorrente da análise conjunta dos critérios presentes em cada um dos 7 (sete) subquesitos que alicerçam a bem posta nota concedida ao quesito Ideia Criativa de todas os Planos de Comunicação apócrifos a ele apresentados.**

**Desta feita, a ora Peticionária, defende integralmente a manutenção da nota concedida pelo Sr. Daniel, membro da Subcomissão Técnica, pois que embasada nos regramentos legais e editais que regem este certame, requerendo ao mesmo, à Subcomissão Técnica e à Comissão Especial de Licitação que mantenham incólume as pontuações concedidas por seus próprios e legítimos fundamentos, desprovendo integralmente o pedido da Recorrente, que busca através de seu ataque, tão somente a ilegítima assunção ao primeiro lugar do certame.**

## **2 - Quanto à atuação das Sras. Cindy e Érika – Membros da Subcomissão**

**A Recorrente pretende fazer valer seu entendimento de que as julgadoras Cindy e Érika incidiram em erro ao concederem nota 4,5, considerando que a Estratégia de Mídia e Não Mídia feriu o princípio da economicidade, melhor sorte não assiste à Recorrente como veremos abaixo.**

Como dito anteriormente na defesa da atuação do Sr. Daniel, aqui também se aplica o entendimento de que a citação referente à um dos critérios constantes dos subquesitos que compõe o quesito, **não retrata necessariamente a totalidade da nota concedida pelo membro julgador, mas tão somente parte dela.**

No caso da Estratégia de Mídia, temos como parâmetros previstos no edital para sua apreciação e posterior aplicação de notas pelos Membros, o seguinte (destacamos):

## *12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS*

*12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.*

*12.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:*

### *Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia*

*a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*

*b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;*

*c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;*

*d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;*

*e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.*

Pelo que vemos acima, as notas 4,5 concedidas pelas julgadoras Cindy e Érika referem-se tão somente a 1 (um) dos 6 (seis) subquesitos que

compõe o quesito **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, assim, dentro da nota do quesito existem outros 5 (cinco) subquesitos que influíram na conjunção de hipóteses favoráveis ou desfavoráveis à Recorrente.

Não há espaço para se adotar o entendimento de que a nota 4,5 se deu tão somente por causa de uma das ponderações expostas pelas Julgadoras, dentre um conjunto de outras 5 (cinco).

Tanto é que apesar das notas coincidentemente terem sido iguais, cada uma delas, em sua composição, teve seu entendimento próprio sobre questões atinentes ao critério economicidade, senão vejamos:

Cindy:

*“Pouco foco no princípio da economicidade, utilizando quase toda a disponibilidade da verba disponível.”*

Érika

*“Explorou poucos recursos que demonstrassem o princípio da economicidade.”*

Na verdade, a utilização total da verba publicitária é temerária, principalmente na prática do dia a dia, pois caso haja uma emergência e se necessite de um pequeno montante para se complementar a comunicação, esta restará prejudicada pois não haverá sequer um recurso para implementar a ação faltante. Aí se mostra necessário a previsibilidade, requisito complementar da devida economicidade da verba a ser utilizada, mesmo que não haja no edital, vedação à utilização integral do valor disponível, frente o risco de dano ao interesse público quando da efetiva operacionalização da campanha.

Ainda no apontamento da julgadora Érika, nota-se uma falha da Recorrente, motivo da redução da nota, haja vista que deixou de utilizar

uma gama maior e disponível de recursos na Estratégia de Mídia e Não Mídia, que poderiam caracterizar a devida observância ao princípio da economicidade.

Não pode ser albergada por esta Subcomissão Técnica, a alegação da Recorrente, de que a Estratégia de Mídia e Não Mídia da licitante VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP, não utilizou o princípio da economicidade, haja vista o total desalinhamento com os julgamentos proferidos por Vossas Senhorias, bem assim, por ser fruto apenas da fértil imaginação da Recorrente.

Além da ora Petionária não ter utilizado a totalidade da verba disponível, mas sim uma parte dela, frente ao princípio da imprevisibilidade, ela ao

apresentar sua Estratégia de Mídia e Não Mídia adequou está de forma precisa aos critérios constantes do quesito 12.2.1.2 do Edital:

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;*
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;*
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;*
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;*
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.*

Pelo que, após a minuciosa análise desta Subcomissão Técnica, mereceu de todas os Membros, a nota máxima quanto ao quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Além disso, as considerações relativas ao julgamento da Subcomissão Técnica, configuram-se como fundamentos que variam de acordo com entendimento pessoal de cada julgador, sem, contudo, impedir a compreensão da motivação aplicada na apuração da nota, permitindo

percepção geral do critério utilizado no julgamento por qualquer interessado independentemente do juízo de valor feitos pela Recorrente.

**Desta feita, a ora Peticionária, defende integralmente a manutenção das notas concedidas pelas julgadoras Sras. Cindy e Érika, membros da Subcomissão Técnica, pois que embasada nos regramentos legais e editais que regem este certame, requerendo às mesmas, à Subcomissão Técnica e à Comissão Especial de Licitação que mantenham incólume as pontuações concedidas por seus próprios e legítimos fundamentos, desprovendo integralmente o pedido da**

**Recorrente, que busca através de seu ataque, tão somente a ilegítima assunção ao primeiro lugar do certame.**

### **3 - Da Alegação de Equívoco nas Tabelas**

#### **3.1 - Rádio Itatiaia**

A Recorrente alega que a licitante VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP, ora peticionária utilizou em seu Plano de Mídia, um valor de spot de 30' no valor de R\$25,00 (vinte e cinco reais),

sendo que a Tabela da Rádio Itatiaia era de R\$34,00 (trinta e quatro reais), para tanto, inseriu no corpo de sua Impugnação cópia da citada Tabela.

Entretanto, **tal alegação de equívoco não procede**, vejamos:

a) a VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP inseriu o valor de R\$28,00 (vinte e oito reais) e não de R\$25,00 (vinte e cinco reais) como alegado pela Recorrente;

b) A “colagem” feita pela Recorrente é parte de uma Tabela que se aplica à **Radio Itatiaia de Belo Horizonte e não à Rádio Itatiaia do Sul de Minas 100,9 FM;**

c) Na própria “colagem” da tabela REDE ITATIAIA, que é composta por 4 emissoras próprias, se vê a expressão: “A programação de cada uma delas é independente e diversificada em relação à **Rádio Itatiaia de Belo Horizonte**, privilegiando o público local no interior do Estado”;

c) No Kit de Mídia que nos foi disponibilizado a época da elaboração do nosso Plano de Mídia, pela Rádio Itatiaia do Sul de Minas -100,9 FM, ora anexado a este, **pode se ver claramente às fls, 10 – Tabela, o valor para o spot de 30' como sendo de R\$28,00 (vinte e oito reais)**, exatamente o mesmo constante de nosso Plano de Mídia.

Assim, resta claro que não houve qualquer equívoco por parte da ora Peticionária, mas deve ter havido sim, erros por parte da Recorrente, que se

utilizou de Tabela da Rádio Itatiaia de Belo Horizonte para inserções do IF SUL na capital, não privilegiando o público-alvo do briefing desta licitação.

Pelo que se pede o não conhecimento da alegação contida na peça recursal.

#### **3.2 - Radio Ind. FM**

A Recorrente alega que houve um erro na utilização de valor para mídia rádio, por parte da ora Peticionária quando da apresentação de seu Plano de Mídia usando a Rádio Ind. FM. Razão também não lhe assiste.

Os valores utilizados pela VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP foram apresentados em perfeita

consonância com aqueles constantes da Tabela de Preços enviada à época pela própria Radio Ind. FM, como se vê dos documentos anexos.

Diante do fato alegado pela Recorrente, esta Peticionária entrou em contato com a Rádio Ind. FM afim de apurar o que poderia ter ocorrido, sendo que o citado Veículo, através de uma correspondência firmada por seu Diretor, Sr. Ney Bueno Júnior declara que (destacamos):

“... Viemos através desta, informar que **houve um equívoco no valor da tabela enviada a algumas agências.** Devido a pandemia, estávamos em trabalho remoto e um funcionário que não atua no departamento comercial, na intenção de agilizar o processo, enviou tabela com valor desatualizado.”

Segue a tabela que foi enviada equivocadamente:

## Tabela:

### **SPOTS E TESTEMUNHAIS**

Inserção 15" - R\$6,25

**Inserção 30" - R\$11,25**

Inserção 45" - R\$17,50

Testemunhal 30" - R\$37,50

Testemunhal 60" - R\$62,50

Assim, não houve qualquer erro da VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP na apresentação dos preços da inserção do spot de 30', pois o valor inserido confere com o valor constante da tabela disponibilizada à época pela Rádio Ind. FM.

**Razão pela qual a ora Peticionária requer o desconhecimento da alegação inverídica da Recorrente, quando do julgamento por parte desta Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica.**

#### **4 - Dos Custos do Ensaio Fotográfico**

A Recorrente alega que o ensaio fotográfico apresentado pela ora Peticionária não poderia ser sem custos. Ledo engano.

O ensaio fotográfico foi previsto para ser produzido com alunos voluntários, não havendo qualquer custo em relação aos direitos autorais,

uma vez que os participantes cederiam sua imagem sem qualquer custo para a IF Sul.

Em relação aos custos com estúdio, fotógrafo e produção, este não também seriam a custo zero, pois disponibilizados pela licitante VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA EPP, uma vez que esta possui em seus quadros, profissional competente e com qualificação para efetuar o trabalho fotográfico (como se vê da relação de profissionais presente na Proposta Técnica apresentada – Sr. Elivelton Garcia), bem assim, possui em suas instalações estúdio próprio e equipamentos de produção (conforme se vê da Capacidade de Atendimento apresentada – máquina fotográfica, câmera Osmo, câmera SL3, drone DJI Mavic, estúdio móvel com iluminação e acústica para foto e vídeo) bastantes para efetivar o trabalho com grande competência, e como dissemos, com custo zero para a IF Sul.

Isto posto, espera a ora Peticionária, que essa Comissão de Licitação não acate a interpretação equivocada da Recorrente.

## 5 - Do Conteúdo do Recurso Constante de Fls 11 a 20

A Recorrente no intuito de enriquecer seus argumentos, fez juntar às fls 11 a 20 de seu arrazoado, diversas jurisprudências e legislações que julgou pertinentes à sua intenção, entretanto, nenhuma delas tem poder de alterar as avaliações nem o julgamento final disponibilizado pela Subcomissão Técnica.

Há de se ressaltar inclusive o descumprimento da Recorrente ao inserir (copia e cola) no texto recursal a essa IF Sul, passagem de outro Recurso em outro órgão público, onde as agências participantes são totalmente diferentes das presentes neste certame (destacamos):

“Nesse contexto, entende-se que as empresas **AZ3 Publicidade e Propaganda Eireli, Articulação Comunicação e Marketing Eirelii EPP e P&L Publicidade e Propaganda Ltda**, descumpriram exigência estabelecida no Edital, apresentando os preços das inserções em veículos de comunicação divergente ao exigido no

item 10.3.4.3, inciso I, ou seja, os valores não foram apresentados com valores de tabela cheia, foram utilizados valores com descontos o que não foi permitido pelo Edital. Desta forma, as empresas obtiveram Notas mais altas que a da empresa recorrente que apresentou os preços das veiculações conforme exigido pelo edital e presando sempre pela economicidade da Instituição.”

A Recorrente chega a pedir às fls 20/21 de seu Recurso, a desclassificação das mesmas (grifamos):

“Portanto, após demonstrada a inobservância das empresas AZ3 Publicidade e Propaganda Eireli, Articulação Comunicação e Marketing Eireli EPP e P&L

Publicidade e Propaganda Ltda, as exigências contidas no Instrumento Convocatório, deve-se a Presidente da Comissão de Licitação, declará-las **DESCCLASSIFICADAS** por descumprirem exigências Editalícias quanto a apresentação da Proposta Técnica.”

Inobstante tais equívocos, temos que o recurso administrativo, nessa seara, não se presta à finalidade pretendida pela Recorrente, não havendo a apresentação de qualquer argumento novo, de algo que não tenha sido percebido pela Subcomissão Técnica quando da avaliação das Propostas.

Sendo certo ainda, que a Subcomissão, no cumprimento de seus deveres sempre se pautou pela compatibilidade entre as regras Editalícias e as notas concedidas para o conteúdo das Propostas, respeitando a lisura do processo, não devendo, destarte, alterar suas convicções de julgamento, frente às alevisias e impropriedades técnicas trazidas pela Recorrente.

Nesta esteira, podemos afirmar com certeza que os critérios de pontuação praticados pela Subcomissão Técnica obedeceram aos princípios da razoabilidade, da proporcionalidade, da vinculação ao instrumento convocatório, bem como atendeu às exigências editalícias para o julgamento das Propostas Técnicas, o qual deve ser mantido integralmente.

Dessa forma - ressaltando-se mais uma vez - a Subcomissão Técnica foi primorosa no julgamento das propostas técnicas de todas as licitantes, com base rigorosa nos critérios de avaliação estabelecidos pelo edital, bastando que se faça o cotejo com as disposições e determinações dos critérios de pontuação e classificação do Conjunto de Informações e do Plano de Comunicação estabelecidos nos subitens 12.2.1 a 12.2.4 do Edital, para se constatar que a pontuação aplicada a cada licitante está devidamente fundamentada e implicitamente motivada.

Também, não há o que se falar em ausência de fundamentos, pois estes compuseram intimamente a avaliação de todas as proponentes, nas planilhas contendo as pontuações, produzidas quando da discussão dos quesitos e subquesitos entre os Membros.

E mais, verifica-se no julgamento feito pela Subcomissão Técnica, a observância dos princípios da igualdade e do julgamento objetivo, consagrando-se assim, a fiel observância à principal normativa do procedimento licitatório.

Desta feita, não há o que se alterar no julgamento realizado, pois que se fez presente a adequada aplicação dos procedimentos presentes no Edital, que diga de passagem, nunca foi atacados por parte da Recorrente.

Portanto, por não apresentar fundamentos e dados técnicos suficientes para embasar as suas alegações, a revisão de notas pretendida pela Recorrente,

não merece guarida por parte desta Comissão de Licitação, nem da Subcomissão Técnica.

## II – DA VINCULAÇÃO DOS ATOS PRATICADOS PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA COM O DETERMINADO NO EDITAL

Os atos praticados pela Subcomissão Técnica obedeceram ao disposto no Edital e serviram como base para a avaliação das notas concedidas a todas as licitantes, presentes nas planilhas de pontuações e consubstanciadas nos quesitos e subquesitos presentes no instrumento convocatório.

Ainda mais, a avaliação das propostas técnicas em licitações que envolvem técnica deve ser realizada de forma objetiva tendo como base critérios preestabelecidos no instrumento convocatório.

Seguindo este entendimento, o julgamento foi feito considerando as notas atribuídas a todos os subquesitos, presentes em cada quesito estipulado pelo Edital, de forma “objetiva”, individual e conjunta, visando a obtenção das notas finais, conforme “parâmetros pré-estabelecidos no Edital.

Assim, de acordo com a nota recebida, a licitante foi classificada segundo o atendimento dos critérios delineados no Edital, e, partir daí encontrou-se a

nota final conforme o parâmetro preestabelecido, o que por si só, já justifica a pontuação concedida.

Desta forma, as considerações feitas pelos membros da Subcomissão Técnica, configuram-se como fundamentos que variam de acordo com entendimento pessoal de cada avaliador, sem, contudo, impedir a compreensão conjunta presente na motivação aplicada na apuração da nota, permitindo percepção geral do critério utilizado no julgamento por qualquer interessado independentemente do juízo de valor utilizado.

Neste sentido, o julgamento individual foi o mais objetivo possível (de acordo com os critérios delineados no Edital) mesmo sendo de acordo com o rigor pessoal de cada avaliador.

Caso tivesse dúvidas ou pontos contrários a respeito da forma de avaliação e pontuação, a citada Recorrente Brasil 84 deveria ter apresentado questionamento, consulta ou até impugnação ao Edital, perante a Comissão de Licitação no momento apropriado e não pretender criar supostas irregularidades na avaliação da proposta técnica, totalmente a destempo e somente no instante em que aparece como última colocada no certame.

Portanto, estabelecidas as regras da licitação, tornam-se elas inalteráveis a partir da publicação do instrumento convocatório e durante todo o seu procedimento, impondo-se, pelo princípio da vinculação, que submete tanto a Administração licitante quanto os interessados na licitação, a rigorosa

obediência aos termos e condições do Edital, o que foi feito pela Subcomissão Técnica.

**Assim, não assiste razão à Recorrente em suas alegações.**

### **III - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em nenhum momento do procedimento licitatório, houve qualquer prática de ato, por quem quer que seja, em desrespeito ou desobediência à legislação ou ao Edital. Os envolvidos, sejam funcionários, colaboradores e mesmo, as empresas licitantes sempre agiram de forma lícita, transparente e em conformidade com as normas constantes do Edital.

Também foram observados e respeitados os princípios da isonomia e da impessoalidade, entre outros, na seleção da proposta mais vantajosa para o IFSULDEMINAS, com o uso de pontuações capazes de permitir uma classificação justa para as licitantes envolvidas, via de julgamento vinculado ao edital, bem como através de um juízo de rigorosa imparcialidade.

Neste sentido e concluindo, temos que frente meras alegações desprovidas de argumentos consistentes, estas devem ser sumariamente descartadas pelo IFSULDEMINAS, o que de consequência levará à manutenção da pontuação concedida pela Subcomissão Técnica.

**Portanto, escorreito o exercício das funções, delegadas por dispositivos legais e normativos presente no Edital, à Subcomissão Técnica, não se**

**mostrando necessária qualquer alteração no julgamento nem nas notas das Propostas Técnicas apresentadas pelas Licitantes.**

O cuidado, a qualidade e a assertividade presentes no conjunto do julgamento das Proposta Técnica, aplicados pela Subcomissão Técnica restaram plenamente demonstradas.

A Proposta Técnica da ora Peticionária, mesmo não identificada, mereceu, via tirocínio e capacidade dos membros da Subcomissão Técnica, o primeiro lugar dentre as demais, pelo seu planejamento, criação, pelo seu esmero, meticulosidade, primor e beleza dos conjuntos apresentados.

#### **IV – DOS ANEXOS**

Para comprovação das argumentações fáticas levadas e efeito por esta Peticionária, perante esta Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica seguem em anexo, os seguintes documentos:

- 1- Kit Mídia da Rádio Itatiaia Sul de Minas – 100,9 FM;
- 2 – Correspondência da Rádio IND, FM;
- 3 – Parte integrante da Proposta Técnica – Fotografia
- 4 – Parte integrante da Proposta Técnica – Equipamentos e Instalações;
- 5 – Planilha em Excel, Plano de Mídia.

#### **IV – DO DESPROVIMENTO DOS PEDIDOS**

Em conclusão a tudo que dos autos consta, forçoso concluir que:

**a) o membro da Comissão Técnica Sr. Daniel, agiu em estrita conformidade com seu entendimento técnico e com estrita vinculação aos termos do Edital, uma vez que as notas concedidas por ele às licitantes foram compostas pela valoração de cada subquesto presente no subitem 12.2.1.3 do Edital, não cabendo qualquer reforma em suas notas;**

**b) a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela Recorrente não logrou obter a nota máxima do quesito, uma vez que este é composto por 6 (seis) subquestos e não apenas quanto à economicidade, não cabendo qualquer reavaliação quanto a este item;**

c) os valores apresentados pela ora Peticionária quando da apresentação das Propostas são os mesmos presentes nas Tabelas enviadas pelos Veículos apontados pela Recorrente, não cabendo, assim, qualquer reforma na avaliação bem colocada pelos membros da Subcomissão Técnica.

Os pedidos da Recorrente devem ser totalmente desprovidos por esta CEL e pela Subcomissão Técnica, principalmente pela completa falta de embasamento legal ou fático que possa sustentar as alegações colocadas no Recurso.

Frente às provas cabais, bem como as considerações e argumentações fáticas expostas nestas Contrarrazões, não há como esta Comissão de Licitação, nem mesmo a Subcomissão Técnica darem provimento aos pedidos da Recorrente, a não ser incidindo em grave erro de conduta.

A manutenção do julgamento se impõe frente aos fatos e atos levados a efeito sob as luzes do que pede o Edital e a legislação aplicável, considerados válidos e íntegros por todos os participantes até o momento da publicação dos resultados, fato este que os robustece e os torna inabaláveis.

Essa Douta Comissão Especial, avaliando a questão sob o ângulo da razoabilidade e do julgamento objetivo, há de dar guarida às ponderações feitas nos itens precedentes destas Contrarrazões, como forma de tutelar o interesse do IFSULDEMINAS, bem como seus regramentos, a fim de manter a decisão recorrida, e assim, conquistar o objetivo principal da licitação, que é a proposta mais vantajosa.

Guaxupé/MG, 15 de março de 2021.

Pede deferimento e juntada.



**VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA**

Rogério Faria - RG: MG 7.184.632 - SSP - CPF: 943.837.586-49

Tel.: (35) 9 8863-7320 - (35) 3551-7320;

[rogerio@visualizecomunicacao.com.br](mailto:rogerio@visualizecomunicacao.com.br)

MÍDIA KIT



2020

**Itatiaia**  
sul de Minas 100,9 fm  
A Rádio do Sul de Minas

**COMPLETA!**



*Handwritten signature*



# TABELA

RÁDIO E TELEVISÃO LIBERTAS LTDA  
RÁDIO ITATIAIA SUL DE MINAS  
Praça Getúlio Vargas, 146 - Centro  
Varginha/MG - Cep.: 37.002-035  
CNPJ: 01.940.414/0002-44  
I.E.: 062.732.469-0156  
I.M.: 19.144

**Itatiaia**  
Sul de Minas **100,9 fm**

A Rádio do Sul de Minas

*Donka*

## Programas

Itatiaia Sertaneja  
Manhã Total  
Espaço Livre  
Boa Tarde  
Rádio Mania  
Noite de Sucessos  
Paixão Sertaneja  
Boteco Itatiaia  
Show da Manhã

## Horário

5h às 7h  
8h às 11h  
11h às 12h  
14h às 16h  
16h às 18h  
19h às 21h  
22h às 0h  
16h às 18h  
8h às 12h

## Exibição

seg. à dom.  
seg. à sáb.  
seg. à sáb.  
seg. à sáb.  
seg. à sex.  
seg. à sex.  
seg. a qui.  
sábado  
domingo

## Preço

R\$ 550,00  
R\$ 1.210,00  
R\$ 1.210,00  
R\$ 940,00  
R\$ 940,00  
R\$ 660,00  
R\$ 500,00  
R\$ 350,00  
R\$ 400,00

## Jornalismo

Jornal da Itatiaia  
Repórter Itatiaia  
Hora Certa  
Hora Certa - fração  
Tempo e Temperatura  
Itatiaia no Trânsito  
Autopapo

## Horário

7h às 8h  
6 edições  
5x ao dia  
3x ao dia  
6 edições  
6 edições  
4 edições

## Exibição

seg. à dom.  
seg. à sex.  
seg. à sáb.  
seg. à sáb.  
seg. à sex.  
seg. à sáb.  
seg. à sex.

## Preço

R\$ 1.420,00  
R\$ 1.930,00  
R\$ 1.185,00  
R\$ 710,00  
R\$ 396,00  
R\$ 770,00  
R\$ 900,00

## Esportes

Turma do Bate Bola  
Marcou Esporte Clube  
Jornada Esportiva

## Horário

18h às 19h  
2 edições  
mensal

## Exibição

seg. à sáb.  
seg. à sex.  
indeterminado

## Preço

R\$ 1.640,00  
R\$ 765,00  
R\$ 1.100,00

## Produtos

Spot 5"  
Spot 10"  
Spot 15"  
Spot 30"  
Spot 45"  
Spot 60"  
Testemunhal 30"  
Testemunhal 60"  
Flashe 60"

## Indeterminado

R\$ 7,00  
R\$ 14,00  
R\$ 21,00  
R\$ 28,00  
R\$ 42,00  
R\$ 56,00  
R\$ 48,00  
R\$ 96,00  
R\$ 120,00

## Determinado

R\$ 9,10  
R\$ 18,20  
R\$ 27,30  
R\$ 36,40  
R\$ 54,60  
R\$ 72,80  
R\$ 62,40  
R\$ 124,80  
R\$ 156,00

# CONTATO

RÁDIO E TELEVISÃO LIBERTAS LTDA  
RÁDIO ITATIAIA SUL DE MINAS  
Praça Getúlio Vargas, 146 - salas 07, 08 e 09  
- Centro - Varginha/MG  
Cep.: 37.002-035  
CNPJ: 01.940.414/0002-44  
I.E.: 062.732.469-0156  
I.M.: 19.144

Gerente Comercial  
PETER CAMILO  
(35) 2106-3404 || (35) 99816-6467  
peter@itatiaiasuldeminas.com.br  
comercialsulminas@itatiaia.com.br

Atendimento  
DIEGO BRAGA  
(35) 2106-3405 | (35) 98801-0334  
diegobragasulminas@itatiaia.com.br

Atendimento  
VANESSA BARÃO  
(35) 2106-3403 || (35) 98429-2074  
vanessa.barao@itatiaiasuldeminas.com.br

Suporte Comercial  
GUIOVANA CARVALHO  
(35) 2106-3400



*D. Silva*





18.242.578/0001-10

RÁDIO INDEPENDÊNCIA  
DE PASSOS LTDA.

AV. COM FRANC. AVELINO MAIA, 4170  
BELO HORIZONTE - CEP 37900-037  
PASSOS/MG

Passos/MG, 11 de março de 2021.

À

Visualize Comunicação

Prezados,

Vimos através desta, informar que houve um equívoco no valor da tabela enviada a algumas agências.

Devido a pandemia, estávamos em trabalho remoto e um funcionário que não atua no departamento comercial, na intenção de agilizar o processo, enviou tabela com valor desatualizado. Segue a tabela que foi enviada equivocadamente:

## Tabela:

### SPOTS E TESTEMUNHAIS

Inserção 15" - R\$6,25

Inserção 30" - R\$11,25

Inserção 45" - R\$17,50

Testemunhal 30" - R\$37,50

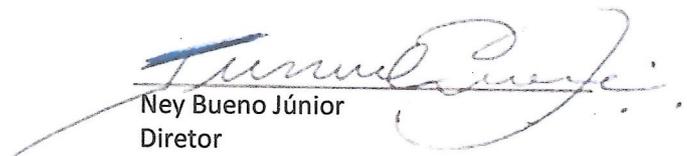
Testemunhal 60" - R\$62,50

### PATROCÍNIO AMERICANO

03 TESTEMUNHAIS 60" por hora, garante exclusividade no segmento. R\$1.250,00

Sem mais para o momento, antecipamos agradecimentos.

Atenciosamente,

  
Ney Bueno Júnior  
Diretor

IND FM

RÁDIO INDEPENDÊNCIA DE PASSOS LTDA

Comercial: (35)3521-4070

Av. Com. Francisco Avelino Maia, 4170 – Passos/MG – CEP: 37900-037

CNPJ 18.242.578/0001-10 IE: 479.809.924-0061

www.radioind.fm.br





criação

internet

rádio | tv | cinema

## ELIVELTON GARCIA

### Diretor de Arte

23 anos, formado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário da Fundação Educacional Guaxupé - UNIFEG.

A Visualize foi seu primeiro emprego e atualmente, já acumula experiência de 5 anos na agência, enriquecidos com dezenas de cursos de especialização.

É um diretor de arte versátil e cheio de habilidades pra lá de úteis na criação. É especialista em tratamento e composição de imagens, domina a programação web, fotografia, filmagem, edição de vídeos e modelagem 3D de personagens.





A estrutura é pensada zelando pela organização e também pela integração de seus profissionais.

Seus móveis são novos e adequados às necessidades da atividade. Cadeiras ergonomicamente corretas, além de mesas e bancadas planejadas sob medida visando conforto, praticidade e versatilidade para o trabalho e para o atendimento aos clientes.

## EQUIPAMENTOS

A agência conta com 18 computadores de alta performance ligados em rede e gerenciados por dois servidores de última geração com sistema de backup para máxima segurança dos arquivos, central PABX com ramais em todos os departamentos e dois no-breaks garantindo o funcionamento em caso de apagões elétricos. Anti-virus atualizados e todos os softwares necessários para a execução dos trabalhos, sendo Photoshop, CorelDraw, Illustrator, 3D Max, Cinema 4D, Premiere, AfterEffects, Office, etc. Possui duas contas de internet banda larga para garantir o sinal constante. Três impressoras, incluindo uma Oki A3, máquina fotográfica, câmera Osmo, câmera Canon SL3, Drone DJI Mavic e estúdio com iluminação e acústica para foto e vídeo.

Sala multi-mídia para apresentações presenciais e videoconferência e dois carros próprios.

*D. A. C.*  
VISUALIZE COMUNICAÇÃO

MÍDIA ELETRÔNICA	RÁDIO				
	DESCRIÇÃO	QTDE	VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL
	Veiculação - Rádio D2	362	R\$ 17.553,12	11,7%	5,6%
	Veiculação - Rádio Itatiaia Sul de Minas	379	R\$ 9.996,00	6,6%	3,2%
	Veiculação - Rádio Alternativa	379	R\$ 11.512,00	7,7%	3,6%
	Veiculação - Rádio Cidade	379	R\$ 14.419,86	9,6%	4,6%
	Veiculação - Rádio Ind	379	R\$ 3.823,75	2,5%	1,2%
	Veiculação - Rádio Nativa Poços	379	R\$ 19.393,00	12,9%	6,1%
	Veiculação - Rádio Onda Sul	385	R\$ 3.370,84	2,2%	1,1%
	Veiculação - Rádio Prata Fm	379	R\$ 10.578,00	7,0%	3,4%
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 90.646,57</b>	<b>60,3%</b>	<b>28,7%</b>	
TV					
DESCRIÇÃO	QTDE	VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Veiculação - Eptv Sul de Minas - Campanha Geral	56	R\$ 59.758,50	39,7%	18,9%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 59.758,50</b>	<b>39,7%</b>	<b>18,9%</b>	
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 150.405,07</b>	<b>100,0%</b>	<b>47,7%</b>	
FACEBOOK / INSTAGRAM					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Impulsionamento dos anúncios - formato imagem única, carrossel, plays de 5", assim como os VT's de 30" e 15" produzidos para a TV.		R\$ 15.000,00	24,8%	4,8%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 15.000,00</b>	<b>24,8%</b>	<b>4,8%</b>	
LINKEDIN					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Veiculação do mesmo material do Facebook e Instagram - Sem impulsionamento.		R\$ 0,00	0,0%	0,0%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
TWITTER					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Veiculação do mesmo material do Facebook e Instagram - Sem impulsionamento.		R\$ 0,00	0,0%	0,0%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
GOOGLE ADWORDS (CAMPANHA DISPLAY E YOUTUBE)					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Banners formato 300x250 px, 300x60 px, 320x100 px, 336x280 px, 728x90px		R\$ 3.000,00	5,0%	1,0%	
Youtube - Vídeo In-stream pulável - 30"		R\$ 5.000,00	8,3%	1,6%	
Youtube - Out-stream - 30"		R\$ 2.000,00	3,3%	0,6%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 10.000,00</b>	<b>16,6%</b>	<b>3,2%</b>	
MÍDIA PROGRAMÁTICA					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Programática Display		R\$ 5.000,00	8,3%	1,6%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>	<b>8,3%</b>	<b>1,6%</b>	
SPOTIFY					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Private Deal - Áudio - Spotify - Spot de 30"		R\$ 5.000,00	8,3%	1,6%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>	<b>8,3%</b>	<b>1,6%</b>	
SITE IF SUL DE MINAS					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Personalização da página inicial do site e banner topo		R\$ 0,00	0,0%	0,0%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
WHATSAPP					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Os VT's de 30" produzidos para a TV serão "disparados" para as listas de transmissão da Prefeitura de forma sequencial		R\$ 0,00	0,0%	0,0%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
EMAIL MARKETING					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Email Marketing com a mensagem da Campanha para serem enviados a todos os servidores públicos do município.		R\$ 0,00	0,0%	0,0%	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
G1 SUL DE MINAS e GLOBOPLAY SUL DE MINAS					
DESCRIÇÃO		VEICULAÇÃO	% CATEGORIA	%TOTAL	
Banners formato Native Carrossel, Retângulo Superior, Maxiboard 1 e VT de 30" não pulável - Campanha geral		R\$ 5.680,64	9,4%	1,8%	

VISUALIZE COM  
 VISUALIZE COM  
 VISUALIZE COM

MÍDIA ELETRÔNICA - RÁDIO

Spots A, B, C, D e G - 30" ALTERNADOS NA PROGRAMAÇÃO

Spots G1 - 15"

Identificador

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	set/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Qu	Se	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab																										
Rádio D2	Santa Rita do Sapucaí - Rádio de maior audiência da microrregião do Campus Pouso Alegre e Campus Inconfidentes.	30"	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	90	R\$ 52,16	R\$ 4.694,40

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	out/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Se	Sab	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui																										
Rádio D2	Santa Rita do Sapucaí - Rádio de maior audiência da microrregião do Campus Pouso Alegre e Campus Inconfidentes.	30" 15"	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124	R\$ 52,16 R\$ 37,06	R\$ 6.467,84 R\$ 1.037,68

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	nov/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Sg	Te	Qu	Se	Sa	Do	Seg																										
Rádio D2	Santa Rita do Sapucaí - Rádio de maior audiência da microrregião do Campus Pouso Alegre e Campus Inconfidentes.	30" 15"	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	R\$ 52,16	R\$ 3.129,60
			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	R\$ 37,06	R\$ 2.223,60
			12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	362		R\$ 17.553,12

TOTAL RÁDIO D2

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	set/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Qu	Se	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab																										
Itatiaia	Varginha - Rádio de maior audiência da microrregião do campus Três Corações e Campus de Machado.	30"	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	90	R\$ 25,00	R\$ 2.520,00

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	out/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Se	Sab	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui																										
Itatiaia	Varginha - Rádio de maior audiência da microrregião do campus Três Corações e Campus de Machado.	30" 15"	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	141	R\$ 23,00 R\$ 21,00	R\$ 3.948,00 R\$ 598,00

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	nov/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																								
			Sg	Te	Qu	Se	Sa	Do	Seg																											
Itatiaia	Varginha - Rádio de maior audiência da microrregião do campus Três Corações e Campus de Machado.	30" 15"	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	R\$ 28,00	R\$ 1.680,00	
			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	R\$ 21,00	R\$ 1.260,00
			13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	379		R\$ 9.996,00

TOTAL RÁDIO ITATIAIA FM

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	set/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Qu	Se	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab																										
Rádio Alternativa	São Lourenço - Rádio de maior audiência da microrregião de Carmo de Minas.	30"	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	90	R\$ 32,00	R\$ 2.880,00

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	out/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																							
			Se	Sab	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui																										
Rádio Alternativa	São Lourenço - Rádio de maior audiência da microrregião de Carmo de Minas.	30" 15"	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	141	R\$ 32,00 R\$ 25,00	R\$ 4.512,00 R\$ 700,00

EMISSORA	CIDADE	FORMATO	nov/21							Nº INS.	R\$ UNITÁRIO	R\$ TOTAL																								
			Sg	Te	Qu	Se	Sa	Do	Seg																											
Rádio Alternativa	São Lourenço - Rádio de maior audiência da microrregião de Carmo de Minas.	30" 15"	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	R\$ 32,00	R\$ 1.920,00	
			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	R\$ 25,00	R\$ 1.500,00	
			13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	379		R\$ 11.512,00

