

AO SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO BRDE – BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL - CONCORRÊNCIA 2019/140

Ref.: Licitação presencial BRDE 2019/140

Objeto: Contrarrazões de recurso

SPR COMUNICAÇÃO LTDA. já qualificada nos autos da licitação supra mencionada, vem à presença de Vossa Senhoria, por seu representante legal, apresentar **CONTRA-RAZÕES AOS RECURSOS** interpostos por **JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA E TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI**, pelos fatos e fundamentos que seguem:

1. RECURSO DA JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

A agência **JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** apresentou recurso contra a pontuação atribuída à **SPR COMUNICAÇÃO LTDA** no julgamento das Propostas Técnicas nos tópicos pontos que julgaram equivocados da decisão da Comissão de Licitação, requerendo a desclassificação da recorrida.

O recurso apresentado pela concorrente acima nominada, no que se refere a proposta da **SPR** não encontra fundamento na lei ou no edital, ou seja, as razões de fato e de direito apontadas pela recorrente não induzem e nem poderiam induzir a conclusão de desclassificação tampouco de revisão de sua pontuação, conforme se passa a demonstrar.

1.1 Alegação de não elaboração da relação de peças em dois blocos:

Em seu recurso a **Jsmax** sustenta que a **SPR** deveria ser desclassificada porque não teria cumprido o item 2.10 do edital que prevê a apresentação da ideia criativa, que segundo ela não teriam sido apresentados pela **SPR** todas as peças em dois blocos.

Totalmente equivocada a recorrente **Jsmax**.

A ideia criativa da **SPR** foi apresentada obedecendo exatamente o que previa o edital. Nas páginas 7 a 9 da proposta da recorrida estão descritas todas as peças que julgaram necessárias para

execução de sua estratégia de comunicação e dividiram essa relação entre as peças corporificadas e não corporificadas. A relação das peças não corporificadas inicia na página 8, a partir da peça 11.

Alega a recorrente, numa interpretação singular da proposta da recorrida, que a peça Outdoor por fazer parte de uma série deveria estar nas duas listas, nas corporificadas e nas não corporificadas. Ocorre que, trata-se de uma peça "outdoor", sendo que cada uma dos "outdoors" terá uma variação na sua parte interna, na exposição da notícia boa, cujo conteúdo vai ser definido pelo BRDE, não são várias peças, não se está falando de um kit ou de outdoors sequenciais ou algum tipo de projeto especial.

O orçamento da SPR, quanto a Mídia Exterior, está correto, inclusive segue em anexo documento que confirma não existirem custos diferenciados para o que é proposto pela SPR. A proposta é de um único formato e layout de outdoor, que vai variar na parte interna, no conteúdo, na notícia boa que vai ser apresentada nele, isso não altera o curso e nem transforma o outdoor em outra peça. No orçamento que segue em anexo se confirma que o custo orçado contempla a exibição de mais de uma arte, e frise-se mais de uma arte, não significa mais de um painel ou mais de um outdoor!

Na estratégia de mídia da recorrida foram contemplados todos os custos de produção e veiculação, bem como a quantidade de outdoors vai ser veiculada, logo, não há porque incluir o outdoor na relação não corporificada.

Veja-se que o item 2.10 refere que na ideia criativa deve ser apresentada a relação de todas as peças ou materiais que julgam necessários para execução da estratégia de comunicação e na letra "b" desse item, o edital especifica que dessa relação as concorrentes devem escolher e apresentar como exemplos peças ou materiais que julgar mais indicados para corporificar sua estratégia.

O item 2.10, letra "b" é bem claro, devem ser corporificados exemplos das peças que julgar mais indicados, logo, foi apresentado como exemplo, o outdoor, se ele é um exemplo das corporificadas, não há razão para estar nas não corporificadas.

Mas absurdo ainda é a recorrente afirmar que foram extrapolados limites, a relação é de peças exemplificativas, de um exemplo das peças que farão parte da campanha. Exemplo, segundo Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa¹ Tudo o que pode ou deve servir para modelo ou para ser imitado; Coisa semelhante àquilo de que se está tratando. Como se pode ver, do sentido da palavra com o contexto do edital, exemplificar significa que se trata do modelo, daquilo que será imitado, semelhante aquilo que será realizado. A exemplificação exigida no edital foi realizada pela SPR, isso não pode ser contestado pela recorrente!

¹ Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis – disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=epQ8>

Não houve, em momento algum, extrapolação do limite de peças, até porque, não havia limite de peças para a campanha, apenas limite de peças corporificadas como exemplo das demais. É inócua e insustentável essa discussão da recorrente sobre ultrapassar limite de peças. A exigência do edital era de corporificar a título de exemplo 10 peças entre as que a concorrente colocou em sua estratégia, e foi exatamente isso que a recorrida SPR fez.

1.1 Alegação de extrapolação da verba

Alega a recorrente, equivocadamente, que a SPR teria descumprido o edital e extrapolado a verba de mídia em relação aos custos do anúncio de jornal.

A SPR apresentou proposta de mídia firme, consistente e exequível, cumprindo o exigido na estratégia de mídia e não mídia, não devendo ser acolhido o recurso ora interposto.

Mais uma vez a recorrente pretende desvirtuar o edital e direcionar a comissão para os seus interesses, com o que não se pode concordar.

Alega a Jsmax que a SPR calculou equivocadamente um anúncio sequencial no jornal Zero Hora e que esse, se aplicado da maneira que ela entende devido, resultaria em extrapolação da verba.

Ocorre que os valores utilizados pela ora recorrida são provenientes de informações prestadas pelo próprio veículo. Em 27.05.2020, a SPR entrou em contato com o gerente de negócios da RBS, por e-mail, com o intuito de confirmar os valores de tabela para os anúncios sequenciais, enfatizando que seriam valores de tabela e não valores negociados, sendo respondido pelo veículo com uma planilha e a afirmação de que aqueles seriam os valores praticados sem negociação.

No mesmo dia, conforme e-mail em anexo, o gerente de negócios, confirmou que seriam os valores que ele anexou no e-mail, na planilha que também segue em anexo, cujos valores são exatamente os que a SPR utilizou em sua estratégia de mídia.

Note-se que a profissional de mídia da SPR insiste: *"Esse valor do jornal considera a determinação ou não? Eu preciso bem certinho como tem que ser porque senão posso ter problemas no futuro, pois se tiver e não aplicarmos, pode caracterizar negociação! Ao que o representante do veículo confirma respondendo: "Pode considerar esse valor, Adriana!"*

Ao formalizar a proposta, a recorrida depende diretamente das informações prestadas pelo veículo. A proposta apresentada está de acordo com a tabela que havia recebido. A solicitação de informações de tabelas e preços foi feita pela ora recorrida diretamente à pessoa responsável por prestar tais informações em nome do veículo. Assim, a solicitação feita pela recorrida foi realizada na época correta

e para o funcionário responsável por passar tais valores e tabelas. Não há como a recorrida presumir qualquer erro na informação que lhe foi prestada, uma vez que o fez para a empresa acertada, ao setor correto e para o funcionário que efetivamente tem poderes para prestar tais informações.

A proposta da ora recorrida foi elaborada com base em uma tabela oficial que lhe foi passada pela empresa, o que não pode implicar em qualquer erro. Se há qualquer discrepância de valores, o que se admite apenas para argumentar, não é por culpa da recorrida que utilizou os valores fornecidos pela própria RBS.

Conforme já destacado, foi solicitado à RBS os valores deste custo, via e-mail e foi encaminhada, pelo funcionário da RBS, uma tabela contendo os valores que foram efetivamente utilizados pela recorrida.

Destarte, alvorece aqui a aplicação de dois corolários: o Princípio da Confiança e a Teoria da Aparência. Não se imagina outra postura da recorrida senão a que tomou. Na equação dos dois corolários apontados a conduta do homem médio é confiar na informação que recebeu do funcionário do setor adequado da empresa RBS. A recorrida somente poderia presumir que a informação que recebeu de pessoa com poderes para tal no veículo é a correta.

O princípio da confiança baseia-se na expectativa de que as outras pessoas ajam de um modo já esperado, ou seja, normal, adequado. Consiste, portanto, na realização da conduta de uma determinada forma na confiança de que o comportamento do outro agente se dará conforme o que acontece normalmente. Assim, com este princípio impõe-se a necessidade de reconhecimento como legítimos os atos se estes estiverem dentro do que se espera deste agente.

A prevalência do princípio da confiança, em casos pontuais, mesmo quando ponderado em relação ao princípio da legalidade, não significa afastamento da legalidade, mas conjugação de princípios. A confiança está fortemente ligada com o conceito de boa-fé.

O princípio da proteção da confiança se encontra ligado ao próprio Estado de Direito. Isso é visto como consequência das próprias regras que balizam o Estado de Direito. Segundo Canotilho² os princípios da segurança jurídica e da proteção da confiança dos cidadãos se encontram no mesmo patamar do princípio da legalidade da administração, do princípio da proibição do excesso e do princípio da proteção jurídica e das garantias processuais e, consistem em subprincípios concretizadores do Estado de Direito.

² CANOTILHO, José Joaquim Gomes. Direito Constitucional. 7 ed. Coimbra: Livraria Almedina, 2000

“O homem necessita de segurança para conduzir, planificar e conformar autónoma e responsabilmente a sua vida. Por isso, desde cedo se consideram os princípios da segurança jurídica e da protecção da confiança como elementos constitutivos do Estado de Direito.”

Fato é que não há qualquer ferimento a princípio ou diretriz administrativa, o reconhecimento do princípio da confiança, razão pela qual pode e deve ser aplicada na interpretação hermenêutica que se faz presente neste caso.

Impõe-se, ainda, ao caso, a aplicação da Teoria da Aparência. A Teoria da Aparência é instrumento útil para evitar situações de iniquidade nos mais variados campos do direito. Trata-se de teoria que reconhece a eficácia de determinado ato tendo em vista que o ato de terceiro foi praticado ante sua boa-fé, ou seja, em razão da circunstância de aparência de correto. Isto significa que o ato de terceiro deve ter sido cometido por pessoa que atuou com diligência normal, tendo o indivíduo tomado as precauções usualmente adotadas para evitar equívocos e apenas equivocou-se por haver um suporte fático objetivo, divorciado da realidade, que pode ter levado a erro, mas o ato foi praticado fundado em confiança legítima, que caracteriza a boa-fé objetiva e subjetiva da pessoa que pratica o ato.

A boa-fé é requisito fundamental para a aplicação da teoria da aparência, pela qual um ato ou negócio jurídico insubsistente gera efeitos jurídicos regulares. Sendo assim, graças à teoria da aparência, o ato inválido ou inexistente praticado por terceiro que age de boa-fé (padronizada e psicológica) pode produzir efeitos como se existente e válido fosse.

Não há como ser considerado erro da Concorrente quando esta toma todas as medidas possíveis para que os valores constantes nas tabelas de custos sejam precisos e exatos. No presente caso a recorrida diligenciou junto ao veículo correto, para o setor correto e obteve a informação do funcionário responsável por tais informações. Assim, atuou com a diligência normal, tomando as corretas precauções usuais visando evitar qualquer equívoco.

Consectário desta necessária interpretação hermenêutica é que a SPR resta isenta de qualquer possibilidade de responsabilização, uma vez que, como demonstrado, utilizou-se de informações que lhe foram prestadas por fonte habilitada e correta e tendo em vista que aplicou corretamente a tabela que lhe foi alcançada.

Uma vez fornecida a tabela pelo Veículo não é razoável exigir da concorrente que ela busque outras formas de obter as mesmas informações passadas pelo veículo, ou seja, a tabela ofertada pela RBS carrega um status oficial que não deveria ser questionável. Por tanto, não há de se falar em erros orçamentários, improcedendo as alegações da recorrente.

Conforme o exposto, o recurso apresentado pela agência JSMAX não apresenta qualquer embasamento legal ou fático que tenha consistência para o pedido que formula de desclassificação da proposta da recorrida, razão porque o referido recurso não deve ser acolhido.

2. RECURSO DA TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI

Alega a recorrente, Trade, que várias (praticamente todas) concorrentes, inclusive a SPR, teriam descumprido o edital na proposta de preços, já que estariam aplicando desconto maior do que o permitido no edital no item 3.1, letra "a" da proposta de preços.

Ocorre que, a interpretação desse item do edital pela recorrente (Trade) é única, não traduzindo a interpretação da comissão e nem das demais licitantes (com exceção dela e da Vivas).

O fato de todas as concorrentes, com exceção de duas, terem interpretado da mesma forma o referido item do edital, e mais, de a comissão fazer a mesma interpretação que quase todas as demais concorrentes, já torna óbvio que essa é a interpretação possível, plausível e aceitável de tal item.

A comissão deliberou e interpretou o edital em consonância com o que as concorrentes em sua maioria haviam interpretado, de que a proposta de honorários poderia reduzir 10 pontos percentuais a partir dos 15% dos honorários originais, e não que o mínimo de honorários propostos nesse item seria de 10% como pretende fazer crer a Trade.

A redação do item está assim prevista:

a) 15 (quinze) pontos para a agência que der o mínimo valor percentual nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados, em produção, suprimentos e serviços externos, até o limite de 10% (dez por cento). Para as demais propostas, será concedida a fração de 05 pontos para cada 1% (um por cento) de redução nos honorários dos 15% originais, até o limite de 10%;

Pelo que está descrito no item, o mínimo valor percentual de honorários a ser proposto deve respeitar a redução de 10 pontos percentuais a partir dos 15% originais, que nesse caso resultaria em 5% de honorários. A maioria das concorrentes, acertadamente, ofereceram a redução máxima, o que resultou em honorários de 5%.

A interpretação da maioria e da comissão vai ao encontro do princípio da economicidade, que deve estar presente na escolha da melhor proposta em uma licitação. Os honorários apresentados pela maioria, de 5%, ao invés dos 10% da recorrente Trade, são o que se espera do edital e do princípio da economicidade, traduzem a proposta de menor preço esperada na licitação.

Trata-se, aqui, do basilar princípio da supremacia do interesse público sobre o privado, não há fundamento para a modificação da interpretação dada pela comissão, pois isso significaria dar primazia ao interesse particular dessa concorrente (Trade) em detrimento do interesse da Administração de contratar a proposta mais vantajosa.

Conforme ensinamentos de Hely Lopes Meirelles³ o princípio do interesse público está intimamente ligado ao da finalidade, sendo sua observância obrigatória pela Administração. Assim, levando em consideração os diversos posicionamentos dos juristas brasileiros na atualidade, o princípio da supremacia do interesse público sobre o privado representa a prerrogativa estatal, para garantia do interesse público e da indisponibilidade desse.

No caso presente, a interpretação dada pela comissão de licitações é a que cumpre a finalidade da licitação, qual seja, de buscar a proposta mais vantajosa. A interpretação, do discutido item, pretendida pela recorrente é totalmente particular, individualista e pretende apenas obter vantagem para si.

Além disso, a interpretação de que poderiam ser reduzidos até 10 pontos percentuais a partir dos honorários de 15%, utilizada pela comissão e pela maioria das concorrentes, está atendendo as normas CENP (Conselho Executivo de Normas Padrão), que em suas cláusulas 3.6.1 e 3.6.2 permitem honorários mínimos de 5% e máximos de 15%. na remuneração paga sobre os serviços de fornecedores.

Se a recorrente entendia que o edital não estava claro, se tinha dúvidas quanto a forma de interpretação do edital, deveria, em tempo hábil, ter buscado esclarecimentos ou até impugnado o edital, o que não fez, vindo a reclamar somente agora porque sente-se prejudicada com a perda de pontos. Nesse sentido Marçal Justen Filho⁴ expressa: *"...Qualquer vício deve ser objeto de imediato protesto por parte do licitante, sob pena de o silêncio constituir obstáculo a posterior questionamento."*

O TJRS já se manifestou no mesmo sentido:

"Licitação. Edital de Tomada de Preços - Direito ao recurso administrativo, não sonogado ao impetrante. Ao recorrente não é dado aceitar o edital sem protesto para, após o julgamento desfavorável, arguir defeitos e pleitear sua anulação" (Rev. Jurisp. Do TJRGS 109/431-432).

A pretensão da recorrente é totalmente contrária aos objetivos da licitação que é a busca da proposta mais vantajosa com a participação do maior número possível de licitantes, pois somente com maior abrangência é que a Administração poderá obter a melhor proposta.

³ Meirelles, Hely Lopes, Licitações e Contratos Administrativos, 12a. edição, Malheiros Editores

⁴ Filho, Marçal Justen, Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 8ª edição, Dialética, São Paulo, 2001, p. 419.

Concluindo, a pretensão da Trade em relação ao julgamento das propostas de preço da licitação é totalmente infundada e deve ser desconsiderada, mantendo-se o julgamento das propostas de preço na forma efetuada pela comissão.

DIANTE DO EXPOSTO, propugna pelo não acolhimento dos recursos ora interpostos, mantendo-se a decisão lançada pela Comissão em relação aos itens aqui apontados, como forma de se manter a integridade, legalidade e moralidade da presente licitação.

Nestes termos espera deferimento.

Porto Alegre, 28 de setembro de 2020.



SPR COMUNICAÇÃO LTDA.

Gabriela Weyh Torres - CPF: 820.538.470-34 – Diretora Adm. e Financeira

Juliano Brenner Hennemann - CPF: 190.077.378-30 – Diretor Executivo



descommodity-se

ANEXOS

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'M. C.', located in the bottom right corner of the page.

Adriana Baron - SPR

De: Fellipe Faria <fellipe.faria@gruporbs.com.br>
Enviado em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 16:40
Para: Adriana Baron - SPR
Cc: Catia Almeida; Mariana Espindola - SPR; Thayna Braga
Assunto: Re: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Pode considerar esse valor, Adriana!

Sent from my iPhone

On 27 May 2020, at 16:39, Adriana Baron - SPR <adriana.baron@spr.com.br> wrote:

Esse valor do jornal considera a determinação ou não?
Eu preciso bem certinho como tem que ser porque senão posso ter problemas no futuro, pois se tiver e não aplicarmos, pode caracterizar negociação!

Beijo!

Adriana Baron

Mídia

<image001.jpg> [+55 \(51\) 3066.3333](tel:+55(51)3066.3333) | Ramal 211
[+55 \(51\) 98300-7010](tel:+55(51)98300-7010)
www.spr.com.br

De: Fellipe Faria <fellipe.faria@gruporbs.com.br>
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 16:34
Para: Adriana Baron - SPR <adriana.baron@spr.com.br>; Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Thayna Braga <thayna.braga@gruporbs.onmicrosoft.com>
Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Segue!

De: Adriana Baron - SPR [<mailto:adriana.baron@spr.com.br>]
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 16:33
Para: Fellipe Faria <fellipe.faria@gruporbs.com.br>; Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Thayna Braga <thayna.braga@gruporbs.onmicrosoft.com>
Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Oi Fellipe, tudo bem? 😊

Como se trata de concorrência, preciso que sejam os valores tabela, não posso ter nenhuma negociação.

Tu podes me mandar corrigido?

Obrigada!

bjos

Adriana Baron

Mídia

<image001.jpg>

+55 (51) 3066.3333 | Ramal 211

+55 (51) 98300-7010

www.spr.com.br

De: Fellipe Faria <fellipe.faria@gruporbs.com.br>

Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 16:23

Para: Adriana Baron - SPR <adriana.baron@spr.com.br>; Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>

Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Thayna Braga <thayna.braga@gruporbs.onmicrosoft.com>

Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Adri, tudo bem?

Segue em anexo proposta para a concorrência de BRDE. Para melhorar a condição, não cobrei determinação nas 3 páginas sequenciais em ZH, tá bem?

@Catia Almeida, obrigado pelo encaminhamento 😊

Bjos,

Fellipe Faria

Gerente de Negócios

RBS SP

+55 (11) 3882-9056

+55 (51) 99567 2704

fellipe.faria@gruporbs.com.br

www.gruporbs.com.br

<image002.png>

De: Catia Almeida

Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 16:08

Para: Adriana Baron - SPR <adriana.baron@spr.com.br>; Fellipe Faria <fellipe.faria@gruporbs.com.br>

Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Bruna Dias <bruna.dias@gruporbs.com.br>

Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Oi, Adriana, tudo bem?

Estou copiando o @Fellipe Faria que atende esse cliente.

@Fellipe Faria – no histórico abaixo segue a solicitação da Adriana.

Beijos,

Cátia Almeida

Executiva de Negócios

Grupo RBS

Fone: 55 (51) 3218.4875 / 99884.2478

catia.almeida@gruporbs.com.br

www.gruporbs.com.br

<image003.png>

De: Adriana Baron - SPR [mailto:adriana.baron@spr.com.br]
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 16:00
Para: Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Bruna Dias <bruna.dias@gruporbs.com.br>
Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

O cliente é BRDE. Não sei o CNPJ.

Na verdade não preciso de negociação, apenas valores tabela e orçamento.

bj

Adriana Baron
Mídia
<image001.jpg> [+55 \(51\) 3066.3333](tel:+55(51)3066.3333) | Ramal 211
[+55 \(51\) 98300-7010](tel:+55(51)98300-7010)
www.spr.com.br

De: Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 15:47
Para: Adriana Baron - SPR <adriana.baron@spr.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Bruna Dias <bruna.dias@gruporbs.com.br>
Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Oi, Adri!
Tudo bem?

Eu preciso só saber o cliente para poder direcionar atendimento ou negociação.

Beijos,

Cátia Almeida

Executiva de Negócios
Grupo RBS
Fone: 55 (51) 3218.4875 / 99884.2478
catia.almeida@gruporbs.com.br
www.gruporbs.com.br
<image003.png>

De: Adriana Baron - SPR [mailto:adriana.baron@spr.com.br]
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 15:37
Para: Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Bruna Dias <bruna.dias@gruporbs.com.br>
Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

É licitação amore.
bjos

Adriana Baron
Mídia
<image001.jpg> [+55 \(51\) 3066.3333](tel:+55(51)3066.3333) | Ramal 211
[+55 \(51\) 98300-7010](tel:+55(51)98300-7010)
www.spr.com.br

De: Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 15:32
Para: Adriana Baron - SPR <adriana.baron@spr.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>; Bruna Dias <bruna.dias@gruporbs.com.br>
Assunto: RES: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Oi, Adriana, tudo bem?

Sabe me dizer o CPNJ do cliente para poder ver se posso atendê-lo?

Te aguardo.

Beijos,

Cátia Almeida

Executiva de Negócios
Grupo RBS
Fone: 55 (51) 3218.4875 / 99884.2478
catia.almeida@gruporbs.com.br
www.gruporbs.com.br
<image003.png>

De: Adriana Baron - SPR [<mailto:adriana.baron@spr.com.br>]
Enviada em: quarta-feira, 27 de maio de 2020 14:59
Para: Catia Almeida <catia.almeida@gruporbs.com.br>
Cc: Mariana Espindola - SPR <mariana.espindola@spr.com.br>
Assunto: SPR - Concorrência - Grupo RBS

Oi Catia, tudo bem?

Estamos participando de uma concorrência e preciso te pedir dois orçamentos:

- 1) 1 sequencial de 3 páginas coloridas no ZH.
- 2) Veiculação de Billboard e retângulo médio no site e app GZH por 90 dias. A segmentação são empresários e empreendedores de todos os tamanhos e segmentos, e gestores públicos do RS, SC e PR. Aqui podemos trabalhar com a verba de 100k bruto tabela pros 90 dias.

Lembrando que preciso dos valores tabela brutos, vigentes em 03/abr.

Tu consegue montar e me mandar até umas 17h?

Bjos!

Adriana Baron

Mídia
<image001.jpg> [+55 \(51\) 3066.3333](tel:+55(51)30663333) | Ramal 211
[+55 \(51\) 98300-7010](tel:+55(51)983007010)
www.spr.com.br

O Grupo RBS pauta sua atuação por seu Código de Ética e Conduta, em conformidade com a Legislação Brasileira. Qualquer situação irregular deve ser informada via Canal de Ética pelo site <https://www.contatoseguro.com.br/gruporbs> ou 0800 602 1831. Este e-mail e seus anexos podem

conter informações confidenciais. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor apague-a e notifique o remetente imediatamente.

O Grupo RBS pauta sua atuação por seu Código de Ética e Conduta, em conformidade com a Legislação Brasileira. Qualquer situação irregular deve ser informada via Canal de Ética pelo site <https://www.contatoseguro.com.br/gruporbs> ou 0800 602 1831. Este e-mail e seus anexos podem conter informações confidenciais. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor apague-a e notifique o remetente imediatamente.

O Grupo RBS pauta sua atuação por seu Código de Ética e Conduta, em conformidade com a Legislação Brasileira. Qualquer situação irregular deve ser informada via Canal de Ética pelo site <https://www.contatoseguro.com.br/gruporbs> ou 0800 602 1831. Este e-mail e seus anexos podem conter informações confidenciais. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor apague-a e notifique o remetente imediatamente.

O Grupo RBS pauta sua atuação por seu Código de Ética e Conduta, em conformidade com a Legislação Brasileira. Qualquer situação irregular deve ser informada via Canal de Ética pelo site <https://www.contatoseguro.com.br/gruporbs> ou 0800 602 1831. Este e-mail e seus anexos podem conter informações confidenciais. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor apague-a e notifique o remetente imediatamente.

O Grupo RBS pauta sua atuação por seu Código de Ética e Conduta, em conformidade com a Legislação Brasileira. Qualquer situação irregular deve ser informada via Canal de Ética pelo site <https://www.contatoseguro.com.br/gruporbs> ou 0800 602 1831. Este e-mail e seus anexos podem conter informações confidenciais. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor apague-a e notifique o remetente imediatamente.



Anexo do E-mail

MÍDIA	VEÍCULO	FORMATO	DETERMINAÇÃO	TIPO	QUANT.	UNIDADE	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
Tradicional	Zero Hora	Página	Noticiário - DU	Própria	3	Inserção	R\$ 57.400,00	R\$ 172.200,00
Online	GaúchaZH	Billboard	ROS	Própria	1.000.000	Inserção	R\$ 0,04	R\$ 40.000,00
Online	GaúchaZH	Retângulo médio	ROS	Própria	2.000.000	Inserção	R\$ 0,03	R\$ 60.000,00



Curitiba, 24 de setembro de 2020

A
S P R
At. Matheus

Apresentamos orçamento para a produção de materiais, conforme características abaixo:

MOTIVO :

PRODUTO : Cartaz de outdoor em papel 90gr 9x3 – impressão Digital
QUANTIDADE : 135 unidades + frete
VALOR : R\$ 14.377,00 (Quatorze mil, trezentos e setenta sete reais)

OBS : **Esse custo contempla a impressão de + de uma arte.**

VALIDADE DA PROP : 10 dd
COND.DE PAGAMENTO: 28dd

F. Daniel da Rocha
Depto. Comercial

