

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
DA SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO DE NATAL/RN

Concorrência Pública nº. 24.001/2019 – SEMAD

DOIS.A PUBLICIDADE EIRELI EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 35.644.418/0001-16, com sede na Rua Princesa Isabel, nº 342, Centro, Natal/RN, CEP: 59012-400, por intermédio da sua representante legal, com supedâneo no art. 109, §3º, da Lei nº 8.666/93, vem a presença de Vossa Senhoria apresentar **CONTRARRAZÕES RECURSAIS** em face do recurso administrativo interposto pela **CRIOLA PROPAGANDA LTDA. - EPP**. contra a decisão do julgamento das propostas técnicas no procedimento licitatório em epígrafe, pelos fatos e fundamentos que seguem em anexo.

Por fim, requer a manutenção da decisão objeto do recurso, bem como a remessa das contrarrazões recursais ao Secretário Municipal de Administração, para promover o devido julgamento do feito.

Termos em que,

Pede deferimento.

Natal/RN, 24 de setembro de 2019.

DOIS.A PUBLICIDADE EIRELI EPP.
Lana Mendes Cavalcante

Josemar Tavares Câmara Júnior
Josemar Tavares Câmara Júnior
Procedimento da CPL/SEMAD
Matrícula: 43.152-4

Recebido em 24-09-19
AS 10:15

EXCELENTÍSSIMO SENHOR SECRETÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DO
NATAL/RN

Concorrência Pública nº 24.001/2019 – SEMAD

CONTRARRAZÕES RECURSAIS

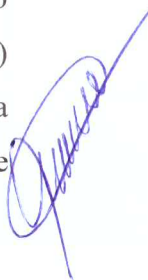
1. DA SUMA FÁTICA

O Município de Natal/RN, por intermédio da Secretaria de Administração, publicou edital de licitação, na modalidade concorrência, do tipo técnica e preço, visando contratar 05 (cinco) agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade, nos moldes da Lei nº 12.232/2010.

As licitantes apresentaram suas propostas, tendo a subcomissão técnica efetuado o exame das propostas técnicas. No entanto, contra a decisão que julgou as propostas técnicas foram interpostos recursos administrativos. No que concerne a esta recorrida, a licitante CRIOLA PROPANGANDA LTDA. interpôs recurso requerendo nossa desclassificação do certame licitatório.

Fundamentando suas razões recursais, a recorrente alega, em síntese, os seguintes argumentos:

- i) A ora manifestante utilizou uma fonte tipográfica da família SERIFA, ao passo que o edital exigia uma fonte da família sans-serif (sem serifa). (...) “Assim, não resta qualquer dúvida que aos olhos de uma comissão técnica designada especificamente para analisar as propostas das empresas de



- acordo com os ditames contidos no edital e na lei 12.232, não resta dúvida que a utilização de fonte diversa daquela determinada constitui uma forma inequívoca de identificação prematura da proposta da licitante;
- ii) Iniciando as “ações de comunicação no dia 05.10 (cinco de outubro) e encerrando em 05.01 (cinco de janeiro), conforme demonstrado na planilha da página 55 de sua proposta técnica, sua programação de veiculação soma 93 dias, o que contraria o estabelecido pelo Edital.”;
 - iii) O erro fica comprovado também na planilha da página 57, quando descreve "impulsionamento de mídias sociais (Facebook)" de 06.10.19 (seis de outubro) à 05.01.20 (cinco de janeiro). A soma desse período é de 92 dias, ao contrário dos 90 descritos.

Ao longo das presentes contrarrazões recursais, demonstraremos que as alegações trazidas pela recorrente em relação a esta recorrida não dão ensejo a imediata desclassificação, principalmente em relação a fonte tipográfica, pois, ao aceitar-se o argumento exposto pela recorrente estar-se-ia afirmando que houve conluio entre a subcomissão técnica e esta manifestante, o que definitivamente não ocorreu, tendo, inclusive, esta recorrida ficado fora das 5 (cinco) primeiras colocadas.

Em relação ao segundo ponto demonstraremos que o prazo da campanha não foi superior ao consignado no *briefing*. O que ocorreu foi tão somente um equívoco interpretativo realizado pela recorrente, quanto ao primeiro ponto e um erro de digitação, quando da descrição do período, no que tange ao segundo ponto. Todavia, como deve ter observado a subcomissão técnica de licitação, as planilhas também trazem a informação de que a campanha totaliza 90 (noventa) dias, razão pela qual o argumento levantado pela recorrente não merece ser acolhido.

2. DA FONTE TIPOGRÁFICA. INEXISTÊNCIA DE ELEMENTO IDENTIFICADOR DA PROPONENTE. FORMALISMO MODERADO. PÁGS DE NULLITÉ SANS GRIEF. PRECEDENTE DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO ENVOLVENDO LICITAÇÃO PARA A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE NOS TERMOS DA LEI Nº 12.232/2010.

Antes de entrarmos na discussão sobre a fonte tipográfica utilizada no plano de comunicação publicitário, mostra-se curial, para o deslinde da questão, trazer a lume algumas



noções sobre os princípios do formalismo moderado e do *pás de nullité sans grief*. Isto porque tais princípios, principalmente nos dias de hoje, informam a atividade administrativa no tocante as licitações, de modo que não é mais aceitável a sobreposição de aspectos formais, muitas vezes irrelevantes, em detrimento da busca pela proposta mais vantajosa à Administração.

O princípio do formalismo moderado vem se desenvolvendo na jurisprudência brasileira como um relevante instrumento de promoção do interesse público, principalmente nos procedimentos licitatórios.

É que, por muito tempo, a Administração tomou decisões prejudiciais aos seus próprios interesses, quando, por conferir maior preponderância a uma regra formal, acabava por desclassificar a proposta mais vantajosa do certame licitatório e, assim, onerar o Erário.

Em se tratando de licitação, não podemos olvidar os seus objetivos legais previstos no art. 3º, *caput*¹, da Lei nº 8.666/93, dentre eles a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

Nesse contexto, os Tribunais passaram a enxergar decisões de excessivo rigor formal como verdadeira afronta a legislação brasileira, em especial aos seus princípios informadores, recomendando que fossem relevados aspectos formais em detrimento de um formalismo extremo. Vejamos alguns trechos de acórdãos proferidos pelo Tribunal de Contas da União nesse sentido:

No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do **formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar** adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, **a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à** proteção das prerrogativas dos administrados. (Acórdão nº 357/2015-TCU- Plenário. Rel. Min. Bruno Dantas.)

¹ Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, **a seleção da proposta mais vantajosa para a administração** e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos. (Destques adicionados).

prejudicando a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração e do vício não seja gerado prejuízo a nenhuma das partes.

Com a devida vênia à recorrente, o presente caso se amolda perfeitamente aos princípios do formalismo moderado e do *pás de nullité sans grief*. É que o vício de forma apontado pela recorrente é o de que o número da página não está na fonte tipográfica ARIAL, mas sim de uma fonte tipográfica da família SERIFA.

Excelência, a diferença entre as fontes apontadas pela recorrente é tão ínfima que nenhuma das licitantes presentes na sessão licitatória da entrega dos invólucros A, B, C e D, na qual se efetuou a averiguação do teor do plano de comunicação publicitário – via não identificada registrou em ata ou alegou qualquer diferenciação da proposta em função da fonte tipográfica.

Trata-se de elemento que incontestavelmente não é capaz de identificar a identidade do proponente. Tanto o é que somente foi objeto de contestação após a abertura do envelope B e a devida identificação da autoria das propostas.

É importante observarmos que o teor do disposto no inciso XII, c/c o inciso XIV, ambos, do art. 6º, da Lei nº 12.232/2010, não impõe a desclassificação de toda e qualquer desconformidade entre a proposta e o edital, mas tão somente aqueles elementos que identifiquem o proponente, *ipsis verbis*:

Art. 6º (...).

(...);

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a **identificação do seu proponente** antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei. (Grifo não constantes no original).

(...);

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

Analisando situação similar à presente, na qual, inclusive, esta licitante foi a representante, o Tribunal de Contas da União decidiu que o fato de a comissão técnica relevar vícios formais contidos no plano de comunicação publicitário – via não identificada - não gerou prejuízos ao certame licitatório, muito pelo contrário, levou a seleção da proposta mais vantajosa.

O disposto no caput do art. 41 da Lei 8.666/1993, que proíbe a Administração de descumprir as normas e o edital, deve ser aplicado mediante a consideração dos princípios basilares que norteiam o procedimento licitatório, dentre eles o da seleção da proposta mais vantajosa. (Acórdão 8482/2013-1ª Câmara);

Assim, com base no princípio do formalismo moderado, as inconformidades meramente formais, que não apresentam nenhuma relevância prática, devem ser postas de lado em prol da ampliação da competitividade e busca pela proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

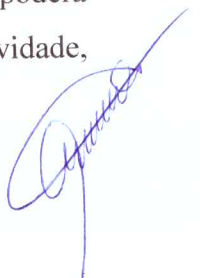
O outro princípio relevante para a compreensão da presente situação é o *pás de nullité sans grief* (sem prejuízo não há nulidade). A ideia por trás desse princípio se traduz na premissa de que os atos não podem ser considerados nulos se não importarem em prejuízo a qualquer das partes, ainda que possuam algum vício do ponto de vista formal.

O referido princípio é também amplamente utilizado pela jurisprudência administrativa brasileira. Vejamos alguns trechos de julgados do Tribunal de Contas da União:

2. Não se observando dano à licitação provocada por disposição editalícia considerada ilegal, torna-se aplicável o princípio do *pas de nullité sans grief*, recepcionado pela Constituição Federal por via do princípio da eficiência administrativa por ela estatuído. (Acórdão 354/2008 – Plenário. Tribunal de Contas da União – TCU, Rel. Augusto Nardes. Data da sessão: 05/03/2008.);

Nessa mesma linha, importa asseverar que se adota no ordenamento jurídico pátrio o princípio do prejuízo ou da transcendência (*pás de nullité sans grief*), segundo o qual não há se falar em nulidade sem prejuízo. E é exatamente o que entendemos ter ocorrido no caso ora examinado, em que não se configurou prejuízo à parte... (Acórdão 7567/2019 - Primeira Câmara – Tribunal de Contas da União – TCU. Rel. Vital do Rêgo. Data da sessão: 13/08/2019).

Assim, tendo em vista os princípios acima evidenciados, um ato ou proposta não poderá ser declarada nula por vício formal, caso a desclassificação importe na restrição da competitividade,



No referido caso, a subcomissão técnica detectou vícios formais na elaboração das propostas, mas, por entender que eram irrelevantes por não gerar a identificação dos proponentes, nem comprometer a análise técnica das propostas, decidiu por manter todas as licitantes no certame (decisão em anexo). Vejamos alguns trechos:

24. A Subcomissão Técnica efetuou a análise das propostas precitadas acerca do cumprimento do Edital, no tocante à apresentação do Plano de Comunicação (Raciocínio Lógico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia), identificando os seguintes apontamentos (peça 28, p. 53-54):

Sobre a campanha com o seguinte conceito: "45 ANOS REALIZANDO O FUTURO", deixou de apresentar capa, requisito necessário do item 10.2.3 do edital, complementado pelo Comunicado II, questionamento 6;

Sobre a campanha com o conceito: "SEU PARCEIRO DE FÊ", foi apresentado um folder/encarte, contrariando os tipos de peças previstos no briefing do edital, complementado pelo Comunicado II, questionamento 4 e 9; além disso a numeração da capa está em desacordo com o Comunicado II, questionamento 6, que afirma que não deverá ser considerada a numeração da capa;

Sobre a campanha com o conceito: "JUNTOS SOMOS MAIS QUE NEGÓCIO", os licitantes constaram que- a capa não apresenta numeração; além disso foi apresentada uma mala direta, contrariando os tipos de peças previstos no briefing do edital, complementado pelo Comunicado II, questionamento 4.

Acerca desses apontamentos, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, em favor da ampliação da competitividade entre as licitantes, como sinalizam as instituições de fiscalização e controle (que orientam os gestores a interpretar o Edital sob a perspectiva da proporcionalidade e da razoabilidade, a fim de possibilitar o maior número possível de concorrentes), decidiu por relevá-los, uma vez que se tratam de formalismos que não permitem e/ou remetem à identificação da autoria das propostas apócrifas, nem

tampouco comprometem a análise e julgamento por parte da
SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

(...)

29. Da análise, em conjunto, do exposto nos parágrafos precedentes com os pontos questionados pela empresa petionária, não se observa que o posicionamento da Subcomissão Técnica do Sebrae/RN de relevar as falhas relacionadas à não aderência das propostas técnicas e de capacidade de atendimento e relatos aos itens 10.2.3 10.2.5 e 10.4.3.1, "d", do Edital (vide item 24 desta instrução), considerando-as de caráter formal e não penalizando as licitantes, tenha ocasionado prejuízo ao certame.

(...);

32. Nesse sentido, é defendida por esta Corte de Contas a adoção do formalismo moderado como princípio na condução das licitações pelos órgãos e entidades da Administração Pública, considerando, ainda, a atenção ao princípio da seleção da proposta mais vantajosa.

Dessa feita, levando em consideração os princípios do formalismo moderado, *pás de nullité sans grief* (sem prejuízo não há nulidade) e o posicionamento do Tribunal de Contas da União envolvendo caso de licitação destinada a contratação de serviços de publicidade, nos termos da Lei nº 12.232/2010, resta claro que o argumento suscitado pela recorrente não merece ser acolhido, devendo a decisão da subcomissão técnica ser mantida.

3. DA ALEGAÇÃO DE VIOLAÇÃO DO PRAZO MÁXIMO PARA A CAMPANHA PUBLICITÁRIA FIXADO PELO EDITAL. INOCORRÊNCIA. INTERPRETAÇÃO EQUIVOCADA PELA RECORRENTE. ERRO DE DIGITAÇÃO PASSÍVEL DE FÁCIL COMPREENSÃO QUANDO DA ANÁLISE DOS DEMAIS ELEMENTOS CONSTANTES NA PROPOSTA.

Como vimos, outra alegação efetuada pela recorrente para justificar o pedido de desclassificação desta manifestante foi a extrapolação do prazo de 90 (noventa) dias especificado no edital, para a duração da campanha publicitária.



A alegação se baseia no fato de, na página 55 do plano de comunicação publicitário, estar registrado que as ações de comunicação ocorreriam entre os dias 05 de outubro a 05 de janeiro, o que totalizaria 93 (noventa e três) dias.

Outrossim, foi também apontado que na página 57 do plano de comunicação publicitário, foi previsto o impulsionamento de mídias sociais entre 06 de outubro de 2019 à 05 de janeiro de 2020, o que perfaz um total de 92 (noventa e dois) dias.

Pois bem. Em relação a ação promocional de comunicação, o fato de podermos realizá-la entre os dias 05 de outubro a 05 de janeiro não significa que as ações serão promovidas continuamente durante todos os 93 (noventa e três).

Acontece que as ações promocionais, de não mídia, não ocorrem de forma contínua. Consoante descrito na planilha de pagina 55, estão previstas 26 (vinte e seis) ações promocionais, de 6 (seis) horas cada. Ora, se são 26 (vinte e seis) ações promocionais de 6h cada, não há como se interpretar que se fará ações promocionais durante 93 (noventa e três) dias. Certamente, dado seu alto nível técnico, a subcomissão técnica percebeu este dado e compreendeu perfeitamente a informação.

Excelência, o argumento suscitado pela recorrente é desprovido de qualquer coerência, não merecendo ser provido.

Já no tocante ao período de impulsionamento em mídias sociais, o que aconteceu foi um mero erro de digitação, consistindo em mero vício formal. Ademais, o que não foi dito pela recorrente é que na mesma planilha consta a informação que o período de impulsionamento será de 90 (noventa) dias.

Como se resolver qual informação deverá preponderar, quando existente aparente conflito entre elas? A nosso ver, o avaliador deverá examinar o conjunto da campanha e verificar se esta foi elaborada para durar 90 (noventa) dias ou 92 (noventa e dois) dias, como afirmado pela recorrente.

Ao analisarmos as tabelas, vemos que em nenhum momento se trouxe a informação de que qualquer mídia ou não mídia seria veiculada por mais de 90 (noventa) dias. Muito pelo contrário, todas as informações sobre a campanha são no sentido de que esta se dará pelo período de 90 (noventa) dias (planilhas em anexo), não havendo qualquer razão para se entender que se ultrapassaria tal limite.



Por outro lado, não se pode presumir que a licitante recorrida obteve vantagem técnica por eventual má compreensão, efetuada pela subcomissão técnica, do período de veiculação da campanha. É que se assim o fosse, a subcomissão técnica teria registrado em suas razões de decidir, registrando eventual concessão de nota superior. Todavia, não é o que vemos ao analisar os argumentos postos pela subcomissão técnica ao pontuar a recorrida.

Não se encontra em parte alguma das justificativas qualquer menção a uma atribuição de nota maior por terem compreendido que a campanha seria divulgada por 92 (noventa e dois) ou 93 (noventa e três) dias. Destarte, como entender no sentido exposto pela recorrente? Simplesmente não há.

A questão alegada pela recorrente trata-se de vício de caráter formal que, conforme demonstramos, em consonância com a aplicação dos princípios do formalismo moderado e do *pás de nullité sans grief* (não há nulidade sem prejuízo), assim como, pelo entendimento exposto pelo TCU no julgado em anexo, não constitui motivo idôneo para gerar a desclassificação desta recorrida, devendo, assim, a decisão da subcomissão técnica ser mantida em sua integralidade no que diz respeito a esta manifestante.

4. DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer a Vossa Excelência o conhecimento, mas não provimento do recurso interposto pela recorrente no que for afeto à **DOIS.A PUBLICIDADE EIRELI EPP.**

Termos em que,

Pede deferimento.

Natal/RN, 24 de setembro de 2019.


DOIS A PUBLICIDADE EIRELI EPP.
Lana Mendes Cavalcante



TC 008.435/2018-9

Tipo: Representação

Unidade jurisdicionada: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (Sebrae/RN)

Representante: Dois. A Publicidade Ltda. EPP, CNPJ 35.644.418/0001-16 (peça 1)

Representado: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (Sebrae/RN) (peça 1)

Advogado ou Procurador: Flaviano da Gama Fernandes, OAB/RN 3.623, e Kathiana Isabelle Lima da Silva, OAB 8.350 (peça 2, p. 2)

Proposta: mérito

INTRODUÇÃO

1. Cuidam os autos de representação acerca de possíveis irregularidades ocorridas no Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (Sebrae/RN), relacionadas ao julgamento das propostas técnicas da Concorrência 02/2017.

HISTÓRICO

2. O Sebrae/RN publicou o Edital de Licitação 02/2017 na modalidade concorrência, técnica e preço, com data de abertura em 17/11/2017 (peça 1, p. 2).

3. A Concorrência 02/2017 tinha como finalidade efetuar “a contratação sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação digital, incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do Sebrae/RN, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, tv, rádio, internet, dentre outros” (peça 1, p. 2).

4. Consoante o disposto no item 3 do Edital (peça 3, p. 3-4), os recursos financeiros envolvidos foram estimados em R\$ 2.100.000,00 para o período de doze meses. O valor destinado ao pagamento à agência de publicidade é de R\$ 360.000,00, pagos em doze parcelas mensais e iguais.

5. Participaram do certame as seguintes empresas: Dois A Publicidade EPP; Art&C Comunicação Criativa Ltda.; e Aragão Publicidade Ltda (peça 1, p. 4).

6. Relativamente ao certame, a empresa Dois. A Publicidade EPP, representante nos presentes autos, questiona o julgamento efetuado pela Subcomissão Técnica da Concorrência 02/2017 do Sebrae/RN no que concerne às notas atribuídas às licitantes Art&C Comunicação Criativa Ltda. na proposta técnica apócrifa (envelope “B”) e Aragão Publicidade Ltda. na proposta técnica apócrifa (envelope “B”) e na de capacidade de atendimento e relatos (envelope “D”), por entender que o julgamento desses quesitos contrariou o disposto no edital e o princípio da isonomia (peça 1, p. 5 e 21).

7. Segundo a requerente, as empresas Art&C Comunicação Criativa Ltda. e Aragão Publicidade Ltda. apresentaram, respectivamente, um folder com oito páginas e uma mala direta, que classificou como folheteria, em desacordo com o que estabelece o item 10.2.5 do Edital, que previa:

10.2.5 – A quantidade e o tipo de peças que deverão constar no Plano de Comunicação estão descritos no *briefing* – Anexo I do presente Instrumento Convocatório. Em caso de apresentação de peças em número superior ao descrito no *briefing* a proposta será desclassificada.

Das informações assinadas, o processo administrativo de habilitação, informado a página 5094040





Anexo I – BRIEFING SEBRAE 45 ANOS

d) Ideia criativa - apresentar a ideia criativa em 6 peças, podendo ser em mídia impressa (jornal, revista etc), digital (site, hotsite e adequação para compartilhamento nas mídias sociais), filme, outdoor ou spot.

8. Acrescenta ainda que a empresa Aragão Publicidade. Ltda. fez constar no envelope “D” - Capacidade de Atendimento e Relatos, informações a respeito da qualificação técnica (envelope “F” – item 8 do Edital), que só seria de conhecimento da comissão a *posteriori*, deixando-a em desvantagem na disputa e contrariando o disposto no item 10.4.3.1 do Edital, *verbis*:

10.4.3.1 – Capacidade de Atendimento Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos, sem anexos, inclui nome, quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição do SEBRAE/RN, em NATAL/RN, de maneira discriminada por setor da licitante, levando em conta a estrutura *mínima* exigida no subitem 8.1.3.1 deste Edital e destacando qualquer benefício extra de atendimento que será oferecido ao SEBRAE/RN durante a execução do contrato.

9. Aduz a Dois. A Publicidade Ltda. que a Subcomissão Técnica do Sebrae evidenciou tais fatos em seu julgamento (peça 6). No entanto, considerou-os de caráter formal e não reduziu a nota das citadas empresas nesses quesitos e nem as desclassificou do certame.

10. Inconformada, a empresa ora representante impetrou recurso administrativo. O Diretor Superintendente do Sebrae/RN, amparado no parecer jurídico (peça 9, p. 1-8), não acatou os termos do recurso (peça 9, p. 9).

11. Não satisfeita com o desfecho da questão, a empresa Dois. A Publicidade EPP ajuizou Ação junto à 12ª Vara Cível da Comarca de Natal (Processo 0800231-67.2018.8.20.5001, requerendo medida liminar de suspensão do certame (peça 26), a qual foi indeferida (peça 27, p. 10-11).

12. Na sequência, apresentou fatos relatados neste Tribunal sob a forma de “Denúncia” (peça 1), por considerar que estava ocorrendo afronta ao art. 2º do Regulamento de Licitações do Sebrae. Situação que caracterizaria, de forma suficiente, a necessidade de suspensão imediata da licitação, para que, no mérito, haja uma readequação das notas ou que seja anulado o certame. Segundo a empresa, essa tem sido a posição do Tribunal em casos análogos (cita o sumário da deliberação prolatada nos autos do TC 019.615/2015-9).

13. A demandante conclui requerendo que seja julgada procedente a sua demanda, a fim de seja:

(...) DECLARADA A DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA ART&C COMUNICAÇÃO CRIATIVA LTDA., pelo descumprimento ao item 10.2.5 do edital 02/2017 ao ter juntado um folder de 8 páginas, que além de ser material de folheteria, não permitido pelo edital, ultrapassou as 6 páginas como regulado no Briefing anexo ao edital; ou, alternativamente, que suas notas nos quesitos “h” e “i” da ideia criativa (exequibilidade das peças e a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos), os quais atingiu nota máxima seja zerada (-4,0 pontos); e que empresa ARAGÃO PUBLICIDADE LTDA, que também descumpriu o item 10.2.5 do edital, fazendo a juntada de uma mala direta para a ideia criativa tenha suas notas nos quesitos “h” e “i” da ideia criativa (exequibilidade das peças e a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos), zerada (-4,0 pontos), assim como seja punida pelo descumprimento do conteúdo do envelope “D”, onde apresentou informações de sua capacidade técnica extemporaneamente ao envelope “F”; (...) ou que sejam alteradas a notas das empresas ART&C COMUNICAÇÃO CRIATIVA LTDA e ARAGÃO PUBLICIDADE LTDA a um novo patamar descontando seus descumprimentos, em evidente contradição se continuarem com nota máxima; (...) ou a anulação total do certame.

14. Registre-se, por fim, que, em pesquisa à página do Sebrae/RN na *internet*, constatou-se que, em 31/1/2018, a concorrência foi homologada e objeto foi adjudicada à empresa Art&C Comunicação Criativa Ltda. O Sebrae/RN, em 7/2/2018, assinou o contrato com a empresa Art&C





Comunicação Criativa Ltda., segundo informações obtidas da entidade por meio de contato telefônico realizado em 19/3/2018. Importa registrar, ainda, que o contrato anterior para o mesmo fim tinha vigência até dezembro de 2017 (peça 1, p. 25). Em 27/3/2018, a empresa requisitou a desistência do processo (peça 32).

EXAME DE ADMISSIBILIDADE

15. A representação preenche os requisitos de admissibilidade constantes no art. 235 do Regimento Interno do TCU, haja vista a matéria ser de competência do Tribunal, referir-se a responsável sujeito a sua jurisdição, estar redigida em linguagem clara e objetiva, conter nome legível, qualificação e endereço do representante, bem como encontrar-se acompanhada do indício concernente à irregularidade ou ilegalidade.

16. Vale ressaltar que o TCU tem competência para apreciar representações em face de licitações conduzidas no âmbito do Sistema S, com fundamento no art. 113, §1º, da Lei 8.666/1993. O fato de as entidades integrantes do Sistema S terem regulamentos próprios de licitação não retira a possibilidade de controle dos atos da licitação, conferida aos licitantes e aos cidadãos (Acórdão 2.660/2014-TCU-Plenário).

17. Além disso, a empresa Dois. A Publicidade EPP possui legitimidade para representar ao Tribunal, consoante disposto na Lei 8.666/1993, art. 113, § 1º, c/c o art. 237, inciso VII, do Regimento Interno do TCU (RI/TCU). Ressalte-se que por se tratar de representação com respaldo na citada lei, fica dispensada a realização de exame sumário quanto ao risco, materialidade e relevância, estabelecido no art. 106 da Resolução-TCU 259/2014.

18. Finalmente, em relação à suposta irregularidade relatada, verifica-se que a lide traz questões afetas ao interesse público, relevando aderência ao exigido pela Resolução TCU 259/2014, art. 103, § 1º, dada a alegação de descumprimento do Edital da Concorrência 02/2017, o que estaria restringindo o caráter competitivo do certame e ferindo os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo previstos no Regulamento de Licitações do Sebrae.

19. Dessa forma, a representação poderá ser apurada, para fins de comprovar a sua procedência, nos termos do art. 234, § 2º, segunda parte, do RI/TCU, aplicável às representações, de acordo com o parágrafo único do art. 237 do mesmo Regimento.

EXAME TÉCNICO

20. Tendo por referência o noticiado pela empresa Dois. A Publicidade EPP relatado no histórico desta instrução, tem-se que o Sebrae/RN abriu processo licitatório na modalidade Concorrência (Concorrência 02/2017) visando a contratação de serviços de publicidade, propaganda e comunicação digital. Concorreram ao certame três empresas do ramo de publicidade, dentre as quais a ora representante.

21. O Edital previa que os licitantes deveriam entregar as propostas em seis envelopes fechados contendo cada um, além do nome, razão social e endereço das licitantes (exceto o envelope "B" – Proposta Técnica Apócrifa). O sexto envelope, denominado envelope "F", com os documentos de habilitação, somente seria entregue pelos licitantes cujas propostas fossem classificadas.

22. Segundo o item 4 do Edital, a proposta técnica (envelope "B") e a proposta de capacidade de atendimento (envelope "D") seriam processadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica designada pelo Diretor Superintendente do Sebrae/RN, nos termos da Instrução Normativa 48-Sebrae (peça 5, p. 3).

23. O questionamento da pleiteante diz respeito ao julgamento, pela citada comissão, do conteúdo dos envelopes "B" e "D", os quais se referem, respectivamente, à proposta técnica e à capacidade de atendimento e relatos.





24. A Subcomissão Técnica efetuou a análise das propostas precitadas acerca do cumprimento do Edital, no tocante à apresentação do Plano de Comunicação (Raciocínio Lógico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia), identificando os seguintes apontamentos (peça 28, p. 53-54):

Sobre a campanha com o seguinte conceito: "45 ANOS REALIZANDO O FUTURO", deixou de apresentar capa, requisito necessário do item 10.2.3 do edital, complementado pelo Comunicado II, questionamento 6;

Sobre a campanha com o conceito: "SEU PARCEIRO DE FÉ", foi apresentado um folder/encarte, contrariando os tipos de peças previstos no briefing do edital, complementado pelo Comunicado II, questionamento 4 e 9; além disso a numeração da capa está em desacordo com o Comunicado II, questionamento 6, que afirma que não deverá ser considerada a numeração da capa;

Sobre a campanha com o conceito: "JUNTOS SOMOS MAIS QUE NEGÓCIO", os licitantes constaram que a capa não apresenta numeração; além disso foi apresentada uma mala direta, contrariando os tipos de peças previstos no briefing do edital, complementado pelo Comunicado II, questionamento 4.

Acerca desses apontamentos, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, em favor da ampliação da competitividade entre as licitantes, como sinalizam as instituições de fiscalização e controle (que orientam os gestores a interpretar o Edital sob a perspectiva da proporcionalidade e da razoabilidade, a fim de possibilitar o maior número possível de concorrentes), decidiu por relevá-los, uma vez que se tratam de formalismos que não permitem e/ou remetem à identificação da autoria das propostas apócrifas, nem tampouco comprometem a análise e julgamento por parte da SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

25. Em seguida, a Subcomissão, seguindo os critérios estabelecidos no subitem 13.1 do Edital (peça 3, p. 20-25), atribuiu a seguinte pontuação às empresas licitantes em relação à proposta técnica e de capacidade de atendimento (envelopes "B" e "D") (peça 28, p. 57-62 e 67-71).

Licitante	Notas atribuídas pela Subcomissão		Nota Técnica
	Envelope "B" (Plano de comunicação publicitária)	Envelope "D" (capacidade de Atendimento e Relatos)	
Dois. A Publicidade	55,50	10,00	65,50
Art&C Com. Criativa	50,20	10,00	60,20
Aragão Publicidade	50,20	7,90	58,10

Fonte: Atas 2 e 3 da Subcomissão Técnica (peça 28, p. 55-56 e 63-64).

26. Prosseguindo, a Comissão de Licitação realizou o julgamento das propostas de preços, atribuindo um total e trinta pontos às empresas Art&C Comunicação Criativa Ltda. e Aragão Publicidade; e 22,50 à empresa Dois. A Publicidade (peça 10, p. 1-4). Registre-se que, segundo informação constante à peça 28, p. 7, a nota da demandante foi menor porque a mesma não ofertou desconto satisfatório; já as demais licitantes ofertaram o desconto máximo no certame.

27. Após somadas as notas das fases técnica e de preços das licitantes, chegou-se a seguinte pontuação e classificação:

Classificação	Licitante	Nota Técnica	Nota da proposta de preço	Total
1ª	Art&C Com. Criativa	60,20	30,00	90,20
2ª	Aragão Publicidade	58,10	30,00	88,10
3ª	Dois. A Publicidade	65,50	22,50	88,00

Fonte: Atas de julgamento (peça 10, p. 1-4; e peça 28, p. 55-56 e 63-64).

28. A Comissão de Licitação habilitou todas as empresas participantes do certame (peça 13, p. 76-77). Em consequência, ratificou o resultado final do certame, consoante registrado no quadro retro.

29. Da análise, em conjunto, do exposto nos parágrafos precedentes com os pontos questionados pela empresa petionária, não se observa que o posicionamento da Subcomissão Técnica





do Sebrae/RN de relevar as falhas relacionadas à não aderência das propostas técnicas e de capacidade de atendimento e relatos aos itens 10.2.3 10.2.5 e 10.4.3.1, “d”, do Edital (vide item 24 desta instrução), considerando-as de caráter formal e não penalizando as licitantes, tenha ocasionado prejuízo ao certame.

30. Isso porque se constatou que a Subcomissão atuou de forma isonômica, em cumprimento às normas estabelecidas à licitação (Edital – peça 4), apontando as inconsistências que foram verificadas nas propostas de todas as empresas participantes (Ata 1, peça 6 – item 24 desta instrução) e aplicando a elas o mesmo entendimento.

31. Veja-se que, no caso concreto, se o julgamento não tivesse levado em conta o princípio do formalismo moderado, todas as empresas teriam sido desclassificadas, o que teria sido uma medida desproporcional e desarrazoada, já que, repito, as impropriedades elencadas pela Subcomissão não comprometiam a lisura do certame.

32. Nesse sentido, é defendida por esta Corte de Contas a adoção do formalismo moderado como princípio na condução das licitações pelos órgãos e entidades da Administração Pública, considerando, ainda, a atenção ao princípio da seleção da proposta mais vantajosa.

33. Para melhor ilustrar esse posicionamento, segue transcrição de trecho do sumário do Acórdão 357/2015-TCU- Plenário, de relatoria do Ministro Bruno Dantas:

No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados.

34. A licitante petionária, em outra via, não logrou êxito no certame em decorrência dos preços ofertados e não em razão do julgamento no quesito técnico. Não existiu, nesse sentido, descumprimento a norma legal capaz de induzir a nulidade do ato da Subcomissão Técnica do Sebrae/RN, como quer a Dois. A Publicidade.

35. No tocante a deliberação invocada (Acórdão 3016/2015-TCU-Plenário, da lavra de Walton Alencar Rodrigues, oriundo do TC 019.615/2015-9), depreende-se que, no caso examinado neste processo, os fatos são bastante distintos dos havidos naquele. Não se trata aqui de questão relativa à descumprimento de requisitos de habilitação técnica, mas sim de ocorrências verificadas nas propostas técnicas que não traziam nenhuma consequência prática sobre o andamento da licitação. A Subcomissão abriu mão do rigorismo excessivo e não desclassificou as licitantes, com fulcro, entre outros, nos princípios da proporcionalidade e da razoabilidade.

Do Pedido de Cautelar

36. No arrazoado da pleiteante não está explícito o pedido de medida cautelar. No entanto, observa-se que a demanda busca, com urgência, alterar a conclusão dos julgamentos efetuados pela Subcomissão Técnica, de modo a evitar que o objeto fosse adjudicado e, conseqüentemente, o contrato assinado com a empresa que obteve maior pontuação no certame - Art&C Comunicação Criativa Ltda.

37. Assim, consoante o art. 276 do Regimento Interno/TCU, o Relator poderá, em caso de urgência, de fundado receio de grave lesão ao Erário, ao interesse público, ou de risco de ineficácia da decisão de mérito, de ofício ou mediante provocação, adotar medida cautelar, determinando a suspensão do procedimento impugnado, até que o Tribunal julgue o mérito da questão. Tal providência deverá ser adotada quando presentes os pressupostos da “fumaça do bom direito” e do “perigo da demora”.

38. No que tange à “fumaça do bom direito”, conforme demonstrado nos itens 20-39 precedentes, não ficou demonstrado que a Subcomissão Técnica do Sebrae/RN que julgou as

Para verificar se este documento possui validade, informe o código 59094070





propostas, no quesito técnico, da Concorrência 02/2017 tenha contrariado o edital, bem como o regulamento de licitação do Sebrae. No caso concreto, revelava-se contrário ao interesse público o rigor excessivo ao formalismo, quando não se evidencia que as impropriedades relevadas pela citada comissão tenham causado prejuízo ao certame. Esse tem sido o entendimento nessa corte, conforme já citado no item 33 desta instrução.

39. Quanto ao perigo da demora, este não se evidencia nos elementos que compõem o processo, vez que não se vislumbra irregularidade concreta a qual sinalize que o julgamento da Subcomissão Técnica tenha levado a escolha de proposta que não fosse a mais vantajosa à entidade. O relatado nos itens 20-28 desta instrução demonstra que o certame seguiu o rito estabelecido no Edital. E as falhas acatadas pela Subcomissão Técnica não beneficiou uma participante em detrimento de outra, bem como não há indícios de que a contratação da empresa vencedora do certame venha causar prejuízo à entidade.

40. Assim, no que tange ao requerimento implícito de medida cautelar, entende-se que este não deve ser acolhido, por não estarem presentes nos autos os requisitos da “fumaça do bom direito” e do “perigo da demora”, uma vez que, neste momento processual, não se observou vícios que careça de atuação desta Casa a fim de impedir que se concretize os efeitos decorrentes dos julgamentos efetuados pela Subcomissão Técnica do Sebrae no âmbito da Concorrência 02/2017.

CONCLUSÃO

41. O documento constante da peça 1 deve ser conhecido como representação, por preencher os requisitos previstos nos arts. 235 e 237, VII, do Regimento Interno/TCU c/c o art. 113, § 1º, da Lei 8.666/1993 e no art. 103, § 1º, da Resolução - TCU 259/2014.

42. No que tange ao requerimento de medida cautelar, entende-se que esta não deve ser acolhida, por não estarem presentes nos autos os requisitos da “fumaça do bom direito” e do “perigo da demora”.

43. Diante dos fatos apurados, concluiu-se pela improcedência da presente representação, razão pela qual se proporrá o seu arquivamento.

44. No tocante ao pedido de desistência (item 14 desta instrução), vale registrar que o fato de a empresa desistir de representar acerca de irregularidade em processo licitatório a exemplo do ora examinado, não impede este Tribunal de proceder ao exame dos fatos, por se tratar de matéria afeta a sua competência.

PROPOSTA DE ENCAMINHAMENTO

45. Ante o exposto, submetem-se os autos à consideração superior, propondo:

a) conhecer da presente representação, satisfeitos os requisitos de admissibilidade previstos nos arts. 235 e 237, inciso VII, do Regimento Interno deste Tribunal c/c o art. 113, § 1º, da Lei 8.666/1993 e no art. 103, § 1º, da Resolução - TCU 259/2014, para, no mérito, considerá-la improcedente;

b) indeferir o requerimento de medida cautelar formulado pela empresa Dois A Publicidade EPP (CNPJ 35.644.418/0001-16), tendo em vista a inexistência dos pressupostos necessários para adoção da referida medida estabelecidos no art. 276 do Regimento Interno do TCU;

c) dar ciência do acórdão que vier a ser proferido à representante e ao Sebrae/RN, destacando que o relatório e o voto que fundamentam a deliberação encaminhada podem ser acessados por meio do endereço eletrônico www.tcu.gov.br/acordaos e que, caso tenham interesse, o Tribunal pode encaminhar-lhes cópia desses documentos sem quaisquer custos; e

d) arquivar os presentes autos, nos termos do art. 237, parágrafo único, c/c o art. 250, inciso I, do Regimento Interno/TCU.





Secex-RN, em Natal, 20 de março de 2018.

(Assinado eletronicamente)

Francisca Eronailde Aires
AUFC – Mat. 4.569-1

Para verificar as assinaturas, acesse www.tcu.gov.br/identidade informando o código 58081070





ACÓRDÃO Nº 3156/2018 - TCU - 2ª Câmara

Os ministros do Tribunal de Contas da União, reunidos em sessão de 2ª Câmara, ACORDAM, por unanimidade, de acordo com os pareceres emitidos nos autos e com fundamento nos arts. 235 e 237, inciso VII e parágrafo único, 250, inciso I, do Regimento Interno, c/c o art. 113, § 1º, da Lei 8.666/1993, e no art. 103, § 1º, da Resolução TCU 259/2014, em conhecer desta representação; em considerá-la improcedente; em indeferir a medida cautelar pleiteada; em dar ciência desta deliberação, bem como da instrução à peça 33, à representante e ao Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte - SEBRAE/RN; e em arquivar o processo.

1. Processo TC-008.435/2018-9 (REPRESENTAÇÃO)

- 1.1. Classe de Assunto: VI.
- 1.2. Representante: Dois A Publicidade Ltda. (CNPJ 35.644.418/0001-16).
- 1.3. Unidade: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte - SEBRAE/RN.
- 1.4. Relatora: ministra Ana Arraes.
- 1.5. Representante do Ministério Público: não atuou.
- 1.6. Unidade Técnica: Secretaria de Controle Externo no Estado do Rio Grande do Norte (Secex-RN).
- 1.7. Representação legal: Carlos Frederico Ferreira Mesquita (OAB/RN 1.459) e outros, representando o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte - SEBRAE-RN; Flaviano da Gama Fernandes (OAB/RN 3.623) e outros, representando Dois A Publicidade LTDA.
- 1.8. Determinações/Recomendações/Orientações: não há.

Dados da Sessão:

Ata nº 14/2018 - 2ª Câmara

Data: 2/5/2018 - Extraordinária

Relatora: Ministra ANA ARRAES

Presidente: Ministro JOSÉ MÚCIO MONTEIRO

Representante do Ministério Público: Subprocurador-Geral PAULO SOARES BUGARIN

TCU, em 2 de maio de 2018.

Documento eletrônico gerado automaticamente pelo Sistema SAGAS

Para verificar a autenticidade acesse o site: www.tcu.gov.br e informe o código 5026900



ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - PLANILHA DE DISTRIBUIÇÃO DE VERBA – R\$ 1.222.353,10

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
TELEVISÃO 60 dias de mídia INVESTIMENTO TOTAL R\$ 438.644,00	INTERTV CABUGI	Filme A – Autoestima – De 01 a 15.11 Filme B – Programação – 16.11 a 30.11	31	104.958,00	O Filme C, corporificado na ideia criativa, título VENHA VIVER NATAL, será veiculado em mídia indoor. O Filme D, com programações específicas, está citado na Estratégia de mídia, mas não corporificado no exemplo de peças.
		Filme D – Programações específicas De 01 a 31.12.2019.	34	124.203,00	
	INTERTV COSTA BRANCA	Filme D – Programações específicas De 05 a 21.12.2019.	17	17.082,00	
	TV PONTA NEGRA	Filme A – Autoestima – 18.11 a 30.11.19.	14	36.000,00	
		Filme D – Programações específicas De 01 a 28.12.2019.	26	68.090,00	
	TV TROPICAL	Filme D– Programações específicas De 01 a 22.12.2019.	20	43.411,00	
	BAND TV	Filme D– Programações específicas De 01 a 22.12.2019.	20	37.804,00	
	TCM MOSSORÓ	Filme D – Programações específicas.	60	7.096,00	

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
RÁDIOS NATAL 73 dias de mídia	98 FM	SPOT A - Programação e Spot Específico Festival Literário, em veiculação rotativa – 5x ao dia - 25 a 31.10 e de 01 a 05.11.	365 Ins 30"	31.762,50	A distribuição é diferenciada de acordo com cada período, e será a mesma em todas as emissoras. Anexamos apenas um mapa de mídia para exemplificar.
	96 FM		80 Ins 60"	31.335,00	
	94 FM	SPOT A PROGRAMAÇÃO: 06 a 30.11.19 – 5x dia.	365 Ins 30"	28.350,00	
	104 FM	SPOT C 30" Programações específicas de 01 a 31.12.2019 – 5 x ao dia	80 Ins 60"	23.100,00	
RÁDIOS OUTRAS PRAÇAS 18 dias de mídia	SERTANEJA FM (CURRAIS NOVOS)	SPOT B – Venha viver Natal – veiculação em outras praças 10 a 27.11.2019, 10x ao dia.	180 inserções	4.680,00	O spot 2 – Venha viver Natal, será somente em veiculado em outras praças.
	FM RURAL DE CAICÓ		180 inserções	3.600,00	
	FM RESISTÊNCIA (OESTE)	SPOT B – Venha viver Natal – veiculação em outras praças 10 a 27.11.2019, 10x ao dia.	180 inserções	8.100,00	
INVESTIMENTO TOTAL R\$ 114.547,50					
R\$ 23.340,60					



MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
RÁDIOS OUTRAS PRAÇAS	FM SANTA CRUZ FM PRINCESA DO VALE (ASSU)	SPOT B – Venha viver Natal – veiculação em outras praças 10 a 27.11.2019, 10x ao dia. SPOT B – Venha viver Natal – veiculação em outras praças 10 a 27.11.2019, 10x ao dia.	180 inserções 180 inserções	2.160,00 4.800,60	A escolha destas emissoras, comporta uma excelente cobertura em todo o estado.
MÍDIA EXTERIOR 60 dias de mídia	BACKBUS	BACKBUS ROTA MÍDIA – 16.11 a 15.12.19. BACKBUS BUZZ MÍDIA – 01 a 30.12.19.	10 unidades 10 unidades	16.500,00 16.500,00	Escolha de rotas que passem nas principais avenidas das zonas norte, sul, leste e oeste de Natal.
INVESTIMENTO TOTAL R\$ 129.200,00	PAINEL DE LED OUTDOOR TRIPLO RECIFE	Veiculação em 02 painéis de LED, na Salgado Filho e na Roberto Freire. Veiculação em Recife – 2 bisemanas (Custo unitário da veiculação - R\$ 7.400,00 por bisemana) TRIPLO LONADO COM APLIQUE.	02 painéis 60 dias 02 unidades	12.800,00 22.800,00	 RECIFE FOI O 3º POLO EMISSOR DE TURISTAS PARA O EVENTO EM 2018.
	OUTDOOR TRIPLO FORTALEZA	Veiculação em Fortaleza – 2 bisemanas TRIPLO LONADO COM APLIQUE	02 unidades	20.800,00	

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
MÍDIA EXTERIOR	OUTDOOR DUPLO NATAL	Veiculação em Natal – 1 bisemana DUPLO LONADO COM APLIQUE.	05 unidades	25.000,00	
	OUTDOOR DUPLO MOSSORÓ	Veiculação em Mossoró – 30 dias DUPLO LONADO COM APLIQUE.	03 unidades	13.800,00	
MÍDIA IMPRESSA	JORNAL TRIBUNA DO NORTE	Aquisição de 2 páginas para publicação da seguinte forma: Página simples dia 01.12, e 02 anúncios de ½ página para divulgar eventos específicos.	02 páginas Sendo: 01 simples e 02 meias páginas	24.000,00	
	JORNAL AGORA RN	Aquisição de 5 páginas de jornal assim distribuídos: 06 ANÚNCIOS DE MEIA PÁGINA: Dia 03.11 – programação da FLIN – Dia 10.11 – programação Fest. de Dança Dia 17.11 – programação de shows ZN. Dia 21.11 – Anúncio para Natal Fest Gourmet e shows do Arena das Dunas Dia 04.12 – Anúncio com programação do Natal em Cena (10 espetáculos) Dia 30.12 – Programação Reveillon. 01 ANÚNCIO PÁGINA DUPLA: Dia 01.12 – Anúncio com programação Dezembro e Janeiro.	05 páginas Sendo: 01 dupla e 06 meias páginas.	25.000,00	
INVESTIMENTO TOTAL					
R\$ 101.710,00					

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
MÍDIA IMPRESSA	REVISTA BZZZ	Página dupla, edição de Novembro/19.	01 página dupla	13.000,00	
	REVISTA VEJA REGIONAL	Página dupla, edição de Novembro. Praças: PE, AL, PB, RN, BA, SE, CE, MA e PI.	01 página dupla	34.710,00	
	REVISTA DEGUSTE	Página simples, edição de Dezembro	01 página	5.000,00	
MÍDIA INDOOR	TELAS DE LED	FALA SÍNDICO: 690 mil inserções mensais, 160 telas em elevadores e 23 telas em lotéricas (nas cidades de Natal, Parnamirim e Macaíba).	30 DIAS	7.020,00	70 mil pessoas são impactadas diariamente. E nos espaços das lotéricas, 520 mil pessoas são impactadas por mês.
		ELEMÍDIA: Inserções a cada loop de 4 min e 30 segundos, 85 telas instaladas em edifícios comerciais, clínicas e estabelecimentos comerciais.	30 DIAS	8.200,00	Alcance estimado em 124 mil pessoas/mês.

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS	
MÍDIA INDOOR <ul style="list-style-type: none"> • SHOPPINGS • AEROPORTO • ELEVADORES 	MÍDIA EM SHOPPING CENTERS	MIDWAY MALL – portas de elevadores. Cobertura total. De 06.11.2019 a 05.01.2020.	24 portas 60 dias	25.000,00 3.106,00	Custos referentes à veiculação e produção de adesivos.	
	(VEICULAÇÃO E PRODUÇÃO)	PARTAGE NORTE SHOPPING – adesivação de mesas da praça de alimentação.	230 mesas 30 dias	12.250,00 2.030,00	Custos referentes à veiculação e produção de adesivos.	
		NATAL SHOPPING – Adesivação de escadas rolantes. De 06.11 a 05.01.2020.	02 escadas 60 dias	25.000,00 2.165,00	Custos referentes à veiculação e produção de adesivos.	
		PRAIA SHOPPING – Banner no teto do corredor principal e 30 mesas adesivadas na praça de alimentação do shopping.	30 mesas 01 banner 30 dias	4.500,00 1.695,00	Custos referentes à veiculação e produção de adesivos.	
		CIDADE JARDIM – 02 empenas externas, no estacionamento. De 01 a 30.12.2019.	02 empenas 30 dias	5.000,00 1.007,00	Custos referentes à veiculação e produção de adesivos.	
		VIA DIRETA SHOPPING – empenas De 01 a 30.12.2019.	02 empenas 30 dias	7.500,00 1.007,00	Custos referentes à veiculação e produção de adesivos.	

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
MÍDIA INDOOR	MÍDIA EM SHOPPING CENTERS	RIOMAR RECIFE Veiculação na TV RIOMAR, um circuito de 43 telas de LED posicionadas em todos os andares, em locais estratégicos do shopping.	Rotativo 30 dias 43 telas	20.625,00	
		Veiculação do filme C, Venha Viver Natal.			
INVESTIMENTO TOTAL	AEROPORTO GUARULHOS/SP	Veiculação do Filme C – Venha Viver Natal, no Aeroporto Guarulhos - SP. Por ser um destino com representatividade no turismo de final de ano em Natal, segundo pesquisa realizada em 2018.	01 testeira 01 vídeo em telas de LED.	52.500,00 Veiculação	Impacta 193.658 passageiros/mês. Segundo Pesquisa realizada pela FECOMÉRCIO, SP foi o maior polo emissor de turistas para o Natal em Natal de 2018.
R\$ 188.948,00		Testeira /embarque T1 Guarulhos, medindo 68,956 m² de área adesivada.	01	10.343,00 Produção	
		Produção de adesivo para testeira, incluindo instalação.			
		Período de veiculação: 30 dias, de 01 a 30.11.2019.			

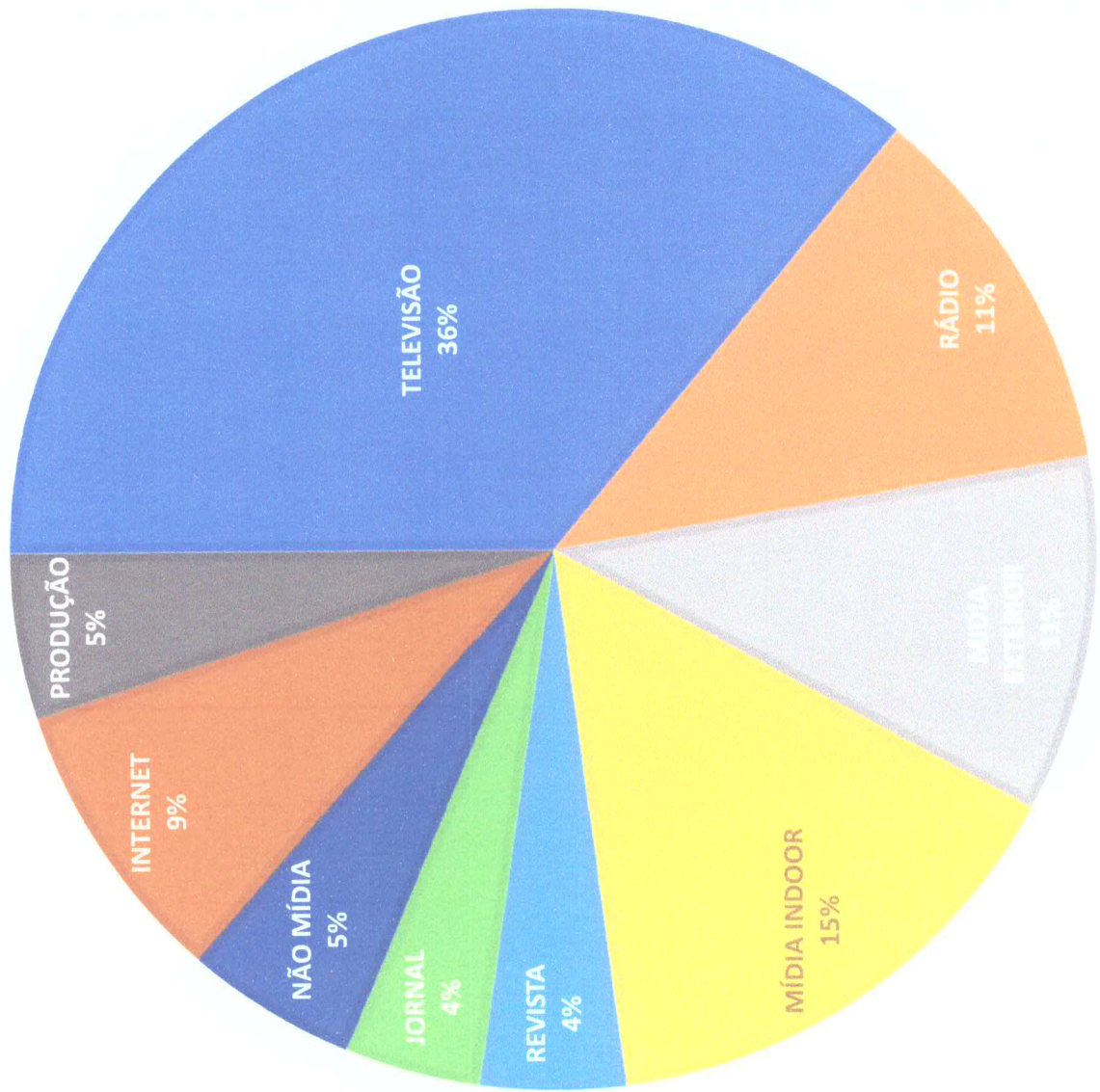
MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
NÃO MÍDIA <ul style="list-style-type: none"> • AÇÃO PROMO • IMPRESSOS • DIVERSOS 	AÇÃO PROMO	Distribuição de impressos para divulgação da extensa programação. 26 ações com 6 horas cada, 4 promotores vestindo cartazes com suporte de coletores. PERÍODO DAS AÇÕES: De 05.10 a 05 de janeiro. LOCAIS: Recife, João Pessoa, Salvador, São Paulo.	26 ações	33.943,00	
	FOLDER 1	FOLDER ESPECIAL com foco no PÚBLICO EXTERNO para distribuição antecipada, no mês de outubro, em cidades com potencial de turismo doméstico. FORMATO: 59,4 x 21,0 aberto, 12 páginas, couche liso 210 gramas para miolo PÚBLICO: agências de turismo, receptivos, hotéis.	10.000 unid.	12.360,00	Especialmente Recife, pois Pernambuco se situou, em pesquisa realizada pela FECOMÉRCIO, como o estado com a maior representatividade de turismo no evento do ano passado, seguido de SP.

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
NÃO MÍDIA <ul style="list-style-type: none"> • AÇÃO PROMO • IMPRESSOS • DIVERSOS INVESTIMENTO TOTAL R\$ 62.333,00	FOLDER 2	PROGRAMAÇÃO NATAL EM NATAL – A4 duas dobras formato ESPECIAL COM ABAS ABRINDO NA FRENTE. Fechado: 21 x 29,7, fechado, 42x 29,7 aberto, 4x4 cores, com dobra especial 2 DOBRAS PARALELAS. OBJETIVO: Distribuir em hotéis e restaurantes de Natal. PÚBLICO: visitantes, público formado de opinião. Este material será, também, enviado juntamente com os releases de divulgação para imprensa.	20.000 Unid.	8.100,00	
	FOLDER 3	FOLDER COM PROGRAMAÇÃO PARA DISTRIBUIÇÃO EM LARGA ESCALA. FORMATO: A4 com duas dobras, formato 9,92cmX21cm (fechado) e 29,7cmX21cm (aberto). OBJETIVO: Distribuição massiva, em todos os eventos, restaurantes, repartições e em ações promocionais, na região metropolitana de Natal.	50.000 unid.	7.930,00	

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
INTERNET BLOGS E PORTAIS	MELHORES DESTINOS	Banner desktop/mobile, no website melhores destinos: 300x600px e 300x250px.	30 dias	17.500,00	
	PORTAL NO AR	Banner digital na home: 970x150px.	90 dias	7.500,00	
INVESTIMENTO TOTAL R\$ 76.330,00	G1 RN	Banner digital na home: 970x150px e 300x250px.	90 dias	18.330,00	
	APARTAMENTO 702	Banner mobile e desktop, matéria em site e redes sociais + postagens nas redes.	90 dias	9.000,00	
	AGORA RN	Banner digital na home: 1145X170px	90 dias	10.500,00	
	BLOG DO BG	Banner digital entre matérias. 750X200px	90 dias	13.500,00	
INTERNET MÍDIAS SOCIAIS	MÍDIAS SOCIAIS FACEBOOK	Produção de conteúdo diário para a plataforma com base nos dois focos da campanha: valorização da autoestima e da programação. Criação de grupo para divulgação dos eventos específicos, agregando público alvo de interesse de cada evento (teatro, música, gastronomia etc.).	90 dias 06.10.19 a 05.01.20	5.000,00	Impulsionar na região metropolitana de Natal e nas principais cidades do interior.

MEIOS	VEÍCULOS FORNECEDORES	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DA VERBA CONFORME PEÇA SUGERIDA	VOLUME DE INSERÇÕES E PRODUÇÃO	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES TÉCNICAS
INTERNET MÍDIAS SOCIAIS INVESTIMENTO TOTAL R\$ 28.000,00	MÍDIAS SOCIAIS INSTAGRAM	Produção de conteúdo digital diário, com integração do tema autoestima com as postagens direcionadas para turistas na divulgação da programação.	-	8.000,00	Impulsionar nas capitais: NATAL, SP, RECIFE, JP, FORT E SALVADOR.
	YOUTUBE	Veiculação dos vídeos produzidos, com otimização.	-		
	GOOGLE ADS	Otimização de palavras-chave e campanha display durante 60 dias.	-	15.000,00	
PRODUÇÃO INVESTIMENTO TOTAL R\$ 60.300,00	FILMES	Produção de 03 filmes para veiculação em redes sociais e em televisão e para veicular em espaços indoor.	03	53.500,00	TV, INTERNET, AEROPORTO, SHOPPING.
	SPOTS	Produção de 3 spots.	03	3.000,00	
	JINGLE	Jingle 60 com redução para 30 segundos e 14 segundos para veicular em vídeos para redes sociais.	02	3.800,00	
	ADESIVOS E LONAS	Os adesivos e lonas referentes aos outdoors, mídias de shopping etc., já foram inclusos juntamente com o meio a que se destinava.	-	-	
INVESTIMENTO TOTAL NO PERÍODO, DE ACORDO COM VERBA PROPOSTA.				1.222.353,10	

DISTRIBUIÇÃO DA VERBA POR MEIOS & PRODUÇÃO



LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

TELEVISÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM	VEÍCULO: INTER TV CABUGI(TELEVISÃO CABUGI LTDA)	MEIO: TELEVISÃO						
PRODUTO: LICITAÇÃO	CAMPAINHA: NATAL EM NATAL	PERÍODO: NOVEMBRO/2019						
PEÇA A - FILME	FORMATO 30"	FORMATO						
PEÇA	FORMATO	PEÇA	TOT INS	GRP	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019								
NATAL T / RN								
INTER TV CABUGI(TELEVISÃO CABU								
BOM DIA RN	1	1	1	1	1.272,00		5.088,00	
BOM DIA BRASIL	1	1	1	1	1.475,00		4.425,00	
RNTV 1 EDIÇÃO	1	1	1	1	2.461,00		9.844,00	
JORNAL HOJE	1	1	1	1	2.783,00		11.132,00	
RNTV 2 EDIÇÃO	1	1	1	1	5.326,00		15.978,00	
NOVELA 19H	1	1	1	1	4.415,00		13.245,00	
JORNAL NACIONAL	1	1	1	1	7.575,00		15.150,00	
NOVELA 20H	1	1	1	1	7.230,00		21.690,00	
RESENHAS RN	1	1	1	1	1.169,00		2.338,00	
CALDEIRÃO DO HUCK	1	1	1	1	1.565,00		1.565,00	
PEQUENAS EMPRESAS	1	1	1	1	563,00		563,00	
DOMINGÃO DO FAUSTÃO	1	1	1	1	3.940,00		3.940,00	
** SUB. TOTAL			31				104.958,00	
OBSERVAÇÃO							TOTAL DA PLANILHA R\$	104.958,00
							MÍDIA	
							APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	

LICITAÇÃO		AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO		TELEVISÃO			
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM	VEÍCULO: INTER TV CABUGI(TELEVISÃO CABUGI LTDA)	MEIO: TELEVISÃO					
PRODUTO: LICITAÇÃO	CAMPANHA: NATAL EM NATAL	PERÍODO: DEZEMBRO/2019					
PEÇA A - FILME	FORMATO 30"	PEÇA	FORMATO				
COLOCAÇÃO	PEÇA	FORMATO	GRUPO	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
DEZEMBRO/2019							
NATAL T / RN							
INTER TV CABUGI(TELEVISÃO CABU							
BOM DIA RN					1.272,00		6.360,00
BOM DIA BRASIL					1.475,00		4.425,00
RNTV 1 EDIÇÃO					2.461,00		12.305,00
JORNAL HOJE					2.783,00		8.349,00
RNTV 2 EDIÇÃO					5.326,00		10.652,00
NOVELA 19H					4.415,00		17.660,00
JORNAL NACIONAL					7.575,00		22.725,00
NOVELA 20H					7.230,00		21.690,00
RESENHAS RN					1.169,00		2.338,00
CALDEIRÃO DO HUCK					1.565,00		1.565,00
DOMINGÃO DO FAUSTÃO					3.940,00		3.940,00
FANTÁSTICO					6.097,00		12.194,00
** SUB. TOTAL				34			124.203,00
OBSERVAÇÃO				34	TOTAL DA PLANILHA R\$		124.203,00
					MÍDIA		
				APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

LICITAÇÃO		AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO		TELEVISÃO																																																																
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM	VEÍCULO: INTER TV COSTA BRANCA	MEIO: TELEVISÃO																																																																		
PRODUTO: LICITAÇÃO	CAMPANHA: NATAL EM NATAL	PERÍODO: DEZEMBRO/2019																																																																		
PEÇA A - FILME	FORMATO 30"	PEÇA	FORMATO																																																																	
COLOCAÇÃO	PEÇA	FORMATO	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																																																														
P 01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																																		
A	D	S	T	Q	S	D	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	T																																			
OBSERVAÇÃO																																	17			17	TOTAL DA PLANILHA R\$	17.082,00																		17			17.082,00									
MÍDIA																																																																				
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																																																				

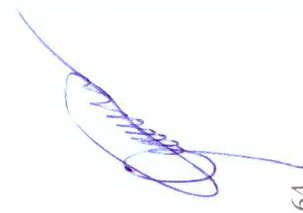
LICITAÇÃO	AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO	TELEVISÃO
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM PRODUTO: LICITAÇÃO		MEIO: TELEVISÃO PERÍODO: NOVEMBRO/2019
VEÍCULO: TV PONTA NEGRA CAMPANHA: NATAL EM NATAL		
FORMATO: 30" PEÇA		FORMATO
P E C A	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	CUSTO UNITARIO % DESCONTO CUSTO TOTAL R\$
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	D S D S T Q Q S D S T Q Q S D S T Q Q S D S T Q Q S	GRP TOT INS
NATAL T / RN		
TV PONTA NEGRA		
NOTÍCIAS DA MANHÃ	1 1	2 1.413,00 2.826,00
ARENA	1 1	2 1.914,00 3.828,00
PATRULHA DA CIDADE	1 1 1	3 2.829,00 8.487,00
JORNAL DO DIA	1 1	2 2.722,00 5.444,00
JORNAL DO ESTADO	1 1	2 2.487,00 4.974,00
PROGRAMA DA MAÍSA	1 1	2 2.932,00 5.864,00
DOMINGO LEGAL	1 1	1 4.577,00 4.577,00
** SUB. TOTAL	14	14 36.000,00
OBSERVAÇÃO		TOTAL DA PLANILHA R\$ 36.000,00
		MÍDIA
		APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

TELEVISÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM		VEÍCULO: TV PONTA NEGRA		MEIO: TELEVISÃO														
PRODUTO: LICITAÇÃO		CAMPANHA: NATAL EM NATAL		PERÍODO: DEZEMBRO/2019														
PEÇA A - FILME		FORMATO 30"		FORMATO														
P E C A	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31													TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		D	S	T	Q	S	D	S	D	S	D	S	D					S
NATAL T / RN																		
A	1																1.413,00	5.652,00
A	1																1.914,00	7.656,00
A	1																2.829,00	8.487,00
A	1																2.722,00	10.888,00
A	1																2.487,00	9.948,00
A	1																2.932,00	11.728,00
A	1																4.577,00	13.731,00
** SUB. TOTAL																		
OBSERVAÇÃO																26	TOTAL DA PLANILHA R\$	68.090,00
MÍDIA																		
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																		



LICITAÇÃO		AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO		TELEVISÃO																																					
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM	VEÍCULO: TV TROPICAL	MEIO: TELEVISÃO																																							
PRODUTO: LICITAÇÃO	CAMPANHA: NATAL EM NATAL	PERÍODO: DEZEMBRO/2019																																							
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO																																						
A - FILME	30"																																								
COLOCAÇÃO	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	CUSTO	%	CUSTO						
DEZEMBRO/2019	D	S	T	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	INS	TOTAL R\$	DESCONTO	UNITARIO	GRP							
NATAL T / RN																																									
TV TROPICAL																																									
BALANÇO GERAL RN MANHÃ	A	1														1																			2	2.101,00		4.202,00			
HOJE EM DIA	A					1																														3	1.393,00		4.179,00		
BALANÇO GERAL RN	A															1																					2	2.472,00		4.944,00	
CIDADE ALERTA RN	A																																				3	2.266,00		6.798,00	
JORNAL DA TROPICAL	A	1																																				3	2.987,00		8.961,00
NOVELA 2	A																																					2	1.957,00		3.914,00
CIDADE ALERTA ESPECIAL	A																																					3	1.703,00		5.109,00
HORA DO FARO	A	1																																				2	2.652,00		5.304,00
** SUB. TOTAL																																						20			43.411,00
OBSERVAÇÃO																																									
TOTAL DA PLANILHA R\$																																									
MÍDIA																																									
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																									

LICITAÇÃO	AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO	TELEVISÃO
------------------	----------------------------------	------------------

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM **MEIO:** TELEVISÃO
VEÍCULO: BAND TV **PERÍODO:** DEZEMBRO/2019
CAMPAINHA: NATAL EM NATAL

PEÇA: A - FILME **FORMATO:** 30"
FORMATO: **FORMATO:**

PEÇA	P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																															
																																							D	S	T	Q	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S														
COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	A	1						1															1									3		417,00		1.251,00																																	
BAND TV	A		1															1																		1.409,00		4.227,00																															
CAFÉ COM JORNAL	A			1																																	1.348,00		4.044,00																														
JOGO ABERTO	A		1																																		1.348,00		4.044,00																														
NORDESTE URGENTE	A				1																																2.751,00		8.253,00																														
BRASIL URGENTE RN	A					1																															1.781,00		5.343,00																														
BAND CIDADE	A						1																														5.321,00		10.642,00																														
VIVER BEM	A							1																														37.804,00		37.804,00																													
MASTERCHEF	A	1																																																																			
** SUB. TOTAL																																																																					
TOTAL DA PLANILHA R\$																																																																					

OBSERVAÇÃO

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA


66

Ciente: PREFEITURA DO NATAL-SECOM
 Campanha: NATAL EM NATAL

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR VEÍCULO

VEÍCULO	Outubro/19	Novembro/19	Dezembro/19	Janeiro/20	TOTAL
RÁDIO 98 FM	2.117,50	9.075,00	19.067,50	1.612,50	31.762,50
RÁDIO REIS MAGOS / 98 FM	2.065,00	8.850,00	18.945,00	1.475,00	31.325,00
RÁDIO CIDADE 94FM	1.890,00	8.100,00	17.010,00	1.260,00	28.350,00
RÁDIO 104.7 FM	1.540,00	5.800,00	12.850,00	1.100,00	23.100,00
TOTALS	7.612,50	32.625,00	68.872,50	5.437,50	114.647,50

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

RÁDIO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM
 PRODUTO: LICITAÇÃO
 VEÍCULO: RÁDIO 98 FM
 CAMPANHA: NATAL EM NATAL
 MEIO: RÁDIO FM
 PERÍODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA B - SPOT
 FORMATO 30"
 PEÇA
 FORMATO

P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$			
																																				S	D	S
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019																																						
NATAL T / RN																																						
RÁDIO 98 FM																																						
ROTATIVO																																						
** SUB. TOTAL																																		150		60,50		9.075,00
OBSERVAÇÃO																																		150				9.075,00
																																		TOTAL DA PLANILHA R\$			9.075,00	
																																		MÍDIA				
																																		APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA				

Handwritten signature in blue ink.

LICITAÇÃO		AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO		RÁDIO																																	
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM PRODUTO: LICITAÇÃO		VEÍCULO: RÁDIO 98 FM CAMPANHA: NATAL EM NATAL		MEIO: RÁDIO FM PERÍODO: DEZEMBRO/2019																																	
PEÇA B - SPOT E - JINGLE		FORMATO 30" 60"		FORMATO																																	
PEÇA	COLOCAÇÃO	PEÇA												GRUPO	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																				
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12					13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS
		P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
		C	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T				
		A																																			
	NATAL T / RN																																				
	RÁDIO 98 FM	B	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	5	155	60,50	9.377,50	
	ROTATIVO	E	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	80	121,00	9.680,00		
	ROTATIVO/JINGLE																																	235		19.057,50	
	** SUB. TOTAL																																				
		OBSERVAÇÃO																																			
																																235	TOTAL DA PLANILHA R\$	19.057,50			
																																	MÍDIA				
																																	APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA				

LICITAÇÃO		AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO		RÁDIO		
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM	VEÍCULO: RÁDIO 98 FM	MEIO: RÁDIO FM	PERÍODO: JANEIRO/2020			
PRODUTO: LICITAÇÃO	CAMPANHA: NATAL EM NATAL					
PEÇA B - SPOT	FORMATO 30"	PEÇA	FORMATO			
COLOCAÇÃO JANEIRO/2020	P 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
NATAL T / RN	Ç Q S S D S T Q Q S S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S	25		60,50		1.512,50
RÁDIO 98 FM		25				1.512,50
ROTATIVO	B 5 5 5 5 5					
** SUB. TOTAL						
OBSERVAÇÃO						TOTAL DA PLANILHA R\$ 1.512,50
MÍDIA						
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA						

Cliente: PREFEITURA DO NATAL-SECOM
Campanha: NATAL EM NATAL

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR VEÍCULO

VEÍCULO	Novembro/19	TOTAL
RÁDIO RESISTENCIA	8 100.00	8 100.00
RÁDIO PRINCESA DO VALE	4 800.60	4 800.60
RÁDIO SERTANEJA	4 680.00	4 680.00
RÁDIO RURAL CAICO	3 600.00	3 600.00
RÁDIO SANTA CRUZ (AM)	2 160.00	2 160.00
TOTALS	23.340,60	23.340,60

LICITAÇÃO	AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO	RÁDIO
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM PRODUTO: LICITAÇÃO	VEÍCULO: RÁDIO SERTANEJA CAMPANHA: NATAL EM NATAL	MEIO: RÁDIO PERÍODO: NOVEMBRO/2019
PEÇA B - SPOT	FORMATO 30"	FORMATO
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	PEÇA	CUSTO UNITÁRIO % DESCONTO
RÁDIO SERTANEJA ROTATIVO ** SUB. TOTAL	OBSERVAÇÃO	CUSTO TOTAL R\$
P 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 C S S D S T Q I S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S A	TOT INS	4.680,00 4.680,00
B	180 180	26,00
** SUB. TOTAL	180	TOTAL DA PLANILHA R\$ 4.680,00
OBSERVAÇÃO	MÍDIA	APROVAÇÃO DO CLIENTE /DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

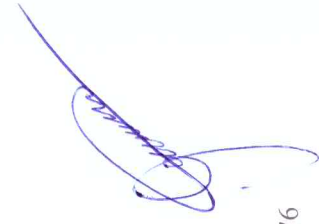
RÁDIO

CLIENTE: PREFEREITURA DO NATAL-SECOM PRODUTO: LICITAÇÃO		VEÍCULO: RÁDIO PRINCESA DO VALE CAMPANHA: NATAL EM NATAL		MEIO: RÁDIO PERÍODO: NOVEMBRO/2019		FORMATO	
PEÇA B - SPOT		FORMATO 30"		PEÇA		FORMATO	
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	P 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	C S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S	A	TOT INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL RS
RÁDIO PRINCESA DO VALE	B	10 10	180	26,67	4.800,60	4.800,60	4.800,60
ROTATIVO	** SUB. TOTAL	180	180	26,67	4.800,60	4.800,60	4.800,60
OBSERVAÇÃO							
TOTAL DA PLANILHA R\$				180	4.800,60		
MÍDIA							
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA							



LICITAÇÃO	AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO	RÁDIO
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM PRODUTO: LICITAÇÃO		MEIO: RÁDIO FM PERÍODO: NOVEMBRO/2019
VEÍCULO: RÁDIO RURAL CAICO CAMPANHA: NATAL EM NATAL		FORMATO
PEÇA B - SPOT		FORMATO
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019		PEÇA 30"
RÁDIO RURAL CAICO ROTATIVO ** SUB. TOTAL		CUSTO UNITÁRIO 20,00
P 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30		CUSTO TOTAL R\$ 3.600,00 3.600,00
C S D S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S		% DESCONTO
A S D S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S		GRP
B		TOT INS 180 180
OBSERVAÇÃO		TOTAL DA PLANILHA R\$ 3.600,00
MÍDIA		APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO				AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO			RÁDIO																																					
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM		VEÍCULO: RÁDIO SANTA CRUZ (AM)		MEIO: RÁDIO		PERÍODO: NOVENBRO/2019																																						
PRODUTO: LICITAÇÃO		CAMPANHA: NATAL EM NATAL		FORMATO																																								
PEÇA B - SPOT		FORMATO 30"		PEÇA																																								
P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$									
Ç	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	D	S	S	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	180		12,00		2.160,00									
A																																		2.160,00										
B																																												
RÁDIO SANTA CRUZ (AM)		10		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	180												
ROTATIVO																																												
** SUB. TOTAL																																												
OBSERVAÇÃO																																												
TOTAL DA PLANILHA R\$															MIDIA															2.160,00														
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																												



LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

RÁDIO

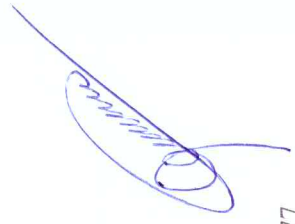
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM **VEÍCULO:** RÁDIO RESISTENCIA **MEIO:** RÁDIO
PRODUTO: LICITAÇÃO **CAMPANHA:** NATAL EM NATAL **PERÍODO:** NOVEMBRO/2019

PEÇA **FORMATO** **PEÇA** **FORMATO**
B - SPOT **30"**

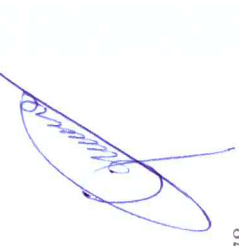
COLOCAÇÃO	P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITARIO	%	DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
RÁDIO RESISTENCIA	B											10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	180		45,00		8.100,00		
ROTATIVO																														180				8.100,00			
** SUB. TOTAL																																					

TOTAL DA PLANILHA R\$	180	8.100,00
MÍDIA		
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA		

OBSERVAÇÃO



LICITAÇÃO													AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO													JORNAL										
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM						VEÍCULO: TRIBUNA DO NORTE						MEIO: JORNAL																								
PRODUTO: LICITAÇÃO						CAMPANHA: NATAL EM NATAL						PERÍODO: DEZEMBRO/2019																								
FORMATO													PEÇA													FORMATO										
PEÇA C - ANUNCIO DE JORNAL						FORMATO						PEÇA						FORMATO																		
COLOCAÇÃO		P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
DEZEMBRO/2019		C			D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T					
NATAL T / RN																																				
TRIBUNA DO NORTE REFERENTE A COMPRA DE 2 PÁGINAS, PARA PUBLICAÇÃO DE ANÚNCIOS NO JORNAL TRIBUNA DO NORTE NOS SEQUINTES DIAS:																																				
DIA 01/12/2019 - ANUNCIO 1 PÁGINA - PROGRAMAÇÃO. DIA 08/12/2019 - ANUNCIO 1/2 PÁGINA - PROGRAMAÇÃO DA SEMANA. DIA 15/12/2019 - ANUNCIO 1/2 PÁGINA - PROGRAMAÇÃO DA SEMANA. ** SUB. TOTAL																																				
OBSERVAÇÃO																																				
													GRUPO															CUSTO UNITARIO		% DESCONTO		CUSTO TOTAL R\$				
													2															12.000,00				24.000,00				
													2																			24.000,00				
													2																			24.000,00				
																							TOTAL DA PLANILHA R\$		24.000,00											
																							MÍDIA													
																							APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA													


 78

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

JORNAL

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL-SECOM
 PRODUTO: LICITAÇÃO
 VEÍCULO: AGORA RN (PARAMETRO)
 CAMPANHA: NATAL EM NATAL
 MEIO: MÍDIA ALTERNATIVA
 PERÍODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA	FORMATO												CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																			
	FORMATO																																	
FORMATO	PEÇA												TOT INS	GRP	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																	
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
	C	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S				
AGORA RN (PARAMETRO)	REFERENTE A COMPRA DE 05 PÁGINAS DE JORNAL, PARA PUBLICAÇÃO CONFORME DESCRIÇÃO ABAIXO:																																	
06 ANÚNCIOS DE MEIA PÁGINA:																																		
DIA 03/11/2019 - PROGRAMAÇÃO FLIN.																																		
DIA 10/11/2019 - PROGRAMAÇÃO FESTIVAL DE DANÇA.																																		
DIA 17/11/2019 - PROGRAMAÇÃO DE SHOWS ZONA NORTE.																																		
DIA 21/11/2019 - NATAL FEST GOURMET E SHOWS ARENA DAS DUNAS.																																		
DIA 04/12/2019 - ANÚNCIO COM PROGRAMAÇÃO DO NATAL EM CENA (10 ESPETÁCULOS).																																		
DIA 30/12/2019 - PROGRAMAÇÃO REVEILLON.																																		
01 ANÚNCIO PÁGINA DUPLA:																																		
DIA 01/12/2019 ANÚNCIO COM PROGRAMAÇÃO DEZEMBRO E JANEIRO.																																		
** SUB. TOTAL																																		
												5		5.000,00		25.000,00																		
												5				25.000,00																		
												5				25.000,00																		
												TOTAL DA PLANILHA R\$				25.000,00																		
												MÍDIA																						
												APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																						