



ESTADO DO PARANÁ



Folha 1

Órgão Cadastro: CIDADAO		Protocolo:
Em: 22/07/2022 17:40		19.263.398-2
CNPJ Interessado: 07.895.771/0001-33		
Interessado 1: ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA		
Interessado 2: -		
Assunto: MEIOS DE COMUNICACAO		Cidade: PORTO ALEGRE / RS
Palavras-chave: CIDADAO		
Nº/Ano: -		
Detalhamento: SOLICITAÇÃO		
Código TTD: -		

Para informações acesse: <https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/consultarProtocolo>



Assunto: MEIOS DE COMUNICACAO
Protocolo: 19.263.398-2
Interessado: ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA

Solicitação

ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. [doravante "Engenho de Ideias" e/ou "Recorrido"], pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF n. 07.895.771/0001-33, com sede na cidade de Porto Alegre-RS, na Avenida Ipiranga, no 7464, conjunto 1005, bairro Jardim Botânico, CEP 91.530-000, vem apresentar sua RESPOSTA ("CONTRARRAZÕES") ao RECURSO ADMINISTRATIVO, apresentado pelas empresas 433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA. ("433"); GÁS COMUNICAÇÃO LTDA. ("GUARDA-CHUVA"); LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA. ("CANDY SHOP") e TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI ("TRADE") conforme fatos e fundamentos jurídicos a seguir expostos, sendo mencionadas isoladamente como "RECORRENTE" ou em conjunto como "RECORRENTES".

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ, SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E DA CULTURA (SECC), POR INTERMÉDIO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**Concorrência Pública nº.: 01/2021/SECC**

ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. [doravante “ENGENHO DE IDEIAS” e/ou “RECORRIDO”], pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF n. 07.895.771/0001-33, com sede na cidade de Porto Alegre-RS, na Avenida Ipiranga, nº 7464, conjunto 1005, bairro Jardim Botânico, CEP 91.530-000, vem apresentar sua **RESPOSTA (“CONTRARRAZÕES”)** ao **RECURSO ADMINISTRATIVO**, apresentado pelas empresas **433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA. (“433”); GÁS COMUNICAÇÃO LTDA. (“GUARDA-CHUVA”); LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA. (“CANDY SHOP”)** e **TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI (“TRADE”)** conforme fatos e fundamentos jurídicos a seguir expostos, sendo mencionadas isoladamente como “RECORRENTE” ou em conjunto como “RECORRENTES”.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

I. DA TEMPESTIVIDADE

1. A partir do Comunicado expedido pela SECC, a tempestividade do presente recurso é compreendida pelos marcos temporais existentes entre o dia de início do prazo, 18/07/2022, até a data para seu término, 22/07/2022.

II. DO OBJETO DA PRESENTE RESPOSTA

2. O interesse processual se apresenta sobre os pedidos formulados pelas Recorrentes contra a Recorrida e é sobre este tema que incidirá a presente resposta, não possuindo a Recorrida interesse processual para se opor aos recursos formulados contra outras partes que não ela própria, fato este fundamentado no artigo 18 do Código de Processo Civil, a saber:

Art. 18. Ninguém poderá pleitear direito alheio em nome próprio, salvo quando autorizado pelo ordenamento jurídico.

3. Quanto ao pedido de nulidade formulado contra o certame, isto é, de anulação da licitação, entende a Recorrida que a defesa da lisura do procedimento cabe, inicialmente, ao próprio órgão público, e a partir do reconhecimento da teoria das nulidades.

4. Por isto, desde já, a Recorrida manifesta que está atenta ao procedimento licitatório e as alegações de vícios de nulidade e o eventual reconhecimento de qualquer patologia pela Comissão processante exigirão desta atenção ao princípio da eficiência, da motivação dos atos da LINDB, em especial artigos 20 e 21, assim como da Lei de Liberdade Econômica e, mais recentemente, da Lei do Ambiente de Negócios e ainda Lei de Segurança Jurídica.

5. O princípio da eficiência inserido no caput do artigo 37 do texto constitucional teve conteúdo material exaltado, passando a ser, inclusive, medida de controle que habilita o Tribunal de Contas a analisar as práticas regulatórias e de tomada de decisão, valendo-se a corte para isto, inclusive, do chamado controle de economicidade¹.

¹ Controle da economicidade significa controle da eficiência na gestão financeira e na execução orçamentária, consubstanciada na minimização de custos e gastos públicos e na maximização da receita e da arrecadação. Transcende o mero controle da economia de gastos, entendida como aperto ou diminuição de despesa, pois abrange também a receita, na qual aparece como efetividade na realização das entradas orçamentárias. É sobretudo, a justa adequação e equilíbrio entre as duas vertentes das finanças públicas. O controle da economicidade, relevante no direito constitucional moderno, em que o orçamento está cada vez mais ligado ao programa econômico, inspira-se no princípio do custo/benefício, subordinado à ideia de justiça, que deve prevalecer no fornecimento de bens e serviços públicos. Com efeito, o princípio do custo/benefício significa que deve haver adequação entre receita e despesa, de modo que o cidadão não seja obrigado a fazer maior sacrifício e pagar mais impostos para obter bens e serviços que estão disponíveis no mercado a menor preço; as correntes teóricas americanas da New Public Finance e da Public Choice vêm desenvolvendo esses aspectos, que se projetaram para o tema

6. E, por isto, deve-se obediência ao consequencialismo, inserido na nova Lei Geral de Licitações e Contratos Administrativos, Lei Federal nº14.133/21, a partir do texto do artigo 147².

7. Feita esta ressalva, também extensiva aos pleitos de retificação de nota e do dever de a Administração Pública motivar seus atos, passa-se à análise dos Recursos, em especial nas matérias dedicadas contra a Engenho de Ideias.

III. DO RECURSO DA 433

a. Da Sustentabilidade (Tema comum ao Recurso da Trade)

8. O pleito das Recorrentes (433 e Trade) não possui respaldo. Inicialmente, deve-se destacar que o tema “ESG” possui conotação própria, de alcance mais abrangente ao tema meio ambiente *natural*. Isto porque, conforme já decidido pelo próprio STF (na ADC nº42), o meio ambiente *natural* é apenas umas das faces do conceito constitucional de meio ambiente, alocando ao lado de outros, como Urbano, Cultural e do Trabalho e, estes 4 conceitos juntos, por sua vez, apenas preenchem o “E” de “ESG”, ou seja, a variável ambiental.

9. Cita-se um trecho do julgado, ADC nº42:

Dessa forma, não é adequado desqualificar determinada regra legal como contrária ao comando constitucional de defesa do meio ambiente (art. 225, caput, CRFB), ou mesmo sob o genérico e subjetivo rótulo de “retrocesso ambiental”, ignorando as diversas nuances que permeiam o processo decisório do legislador, democraticamente investido da

do controle de contas.(O CONTROLE DOS ATOS DE GESTÃO E SEUS FUNDAMENTOS – BÁSICOS Francisco Carlos Ribeiro de Almeida, Revista do TCU

² Art. 147. Constatada irregularidade no procedimento licitatório ou na execução contratual, caso não seja possível o saneamento, a decisão sobre a suspensão da execução ou sobre a declaração de nulidade do contrato somente será adotada na hipótese em que se revelar medida de interesse público, com avaliação, entre outros, dos seguintes aspectos:

I - impactos econômicos e financeiros decorrentes do atraso na fruição dos benefícios do objeto do contrato;

II - riscos sociais, ambientais e à segurança da população local decorrentes do atraso na fruição dos benefícios do objeto do contrato;

III - motivação social e ambiental do contrato;

IV - custo da deterioração ou da perda das parcelas executadas;

V - despesa necessária à preservação das instalações e dos serviços já executados;

VI - despesa inerente à desmobilização e ao posterior retorno às atividades;

VII - medidas efetivamente adotadas pelo titular do órgão ou entidade para o saneamento dos indícios de irregularidades apontados;

VIII - custo total e estágio de execução física e financeira dos contratos, dos convênios, das obras ou das parcelas envolvidas;

IX - fechamento de postos de trabalho diretos e indiretos em razão da paralisação;

X - custo para realização de nova licitação ou celebração de novo contrato;

XI - custo de oportunidade do capital durante o período de paralisação.

Parágrafo único. Caso a paralisação ou anulação não se revele medida de interesse público, o poder público deverá optar pela continuidade do contrato e pela solução da irregularidade por meio de indenização por perdas e danos, sem prejuízo da apuração de responsabilidade e da aplicação de penalidades cabíveis.

função de apaziguar interesses conflitantes por meio de regras gerais e objetivas. 12. **Deveras, não se deve desprezar que a mesma Constituição protetora dos recursos ambientais do país também exorta o Estado brasileiro a garantir a livre iniciativa (artigos 1º, IV, e 170) e o desenvolvimento nacional (art. 3º, II), a erradicar a pobreza e a marginalização, a reduzir as desigualdades sociais e regionais (art. 3º, III; art. 170, VII), a proteger a propriedade (art. 5º, caput e XXII; art. 170, II), a buscar o pleno emprego (art. 170, VIII; art. 6º) e a defender o consumidor (art. 5º, XXXII; art. 170, V) etc.** 13. **O desenho institucional das políticas públicas ambientais suscita o duelo valorativo entre a tutela ambiental e a tutela do desenvolvimento, tendo como centro de gravidade o bem comum da pessoa humana no cenário de escassez. É dizer, o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente não são políticas intrinsecamente antagônicas.** 14. **A análise de compatibilidade entre natureza e obra humana é ínsita à ideia de “desenvolvimento sustentável”, expressão popularizada pelo relatório Brundtland, elaborado em 1987 pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento.** A mesma organização eficiente dos recursos disponíveis que conduz ao progresso econômico, por meio da aplicação do capital acumulado no modo mais produtivo.

10. Por isto e sobre o tema, vale lembrar que o edital trouxe consigo, na página 72:

“O objetivo geral deve ser sempre o de manter vivo o diálogo entre Estado e sociedade. Dessa forma, cabe prestar contas do trabalho desenvolvido e de seus efeitos sobre o cotidiano dos paranaenses, uma vez que o objetivo do Governo do Paraná é o de reduzir desigualdades sociais e econômicas, estimular o crescimento pessoal e coletivo, criar, enfim, oportunidades para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Nesse processo de permanente prestação de contas, em atenção ao princípio da transparência, são objetivos específicos da comunicação do Estado conferir visibilidade ao trabalho dos servidores em todas as ações em favor da população e reforçar a mensagem de que as melhorias coletivas, sejam elas localizadas, sejam regionais ou mesmo de caráter estadual, têm origem nas ações do Estado.”

11. Como se percebe, em todo o trecho referente aos objetivos de comunicação não há uma única citação à sustentabilidade.

12. Em outro trecho do briefing, intitulado “Metas e Meios”, tem-se que os pressupostos da campanha são:

- Consolidar junto à sociedade a percepção sobre os benefícios trazidos pelas ações do Governo do Paraná à população sob a forma de investimentos, serviços e obras.
- Materializar a dimensão humana do trabalho desenvolvido pelo Paraná em todos os seus aspectos, áreas de atuação e regiões do Estado.
- Robustecer nacionalmente a posição do Paraná, comparativamente às demais unidades federativas nos planos social e econômico.
- Promover a integridade da imagem do Paraná junto aos diversos públicos alcançados.

13. Novamente, nenhuma citação à sustentabilidade. Fica claro, portanto, que a sustentabilidade era um dos itens citados no briefing a ser abordado pela campanha, não o único.

14. Dito isso, cabe citar que a sustentabilidade é abordada pela Engenho de Ideias em sua proposta, com o peso considerado adequado dentro da estratégia e abordagem propostas. O conceito de sustentabilidade é mencionado duas vezes no Raciocínio Básico - logo na primeira página, deixando claro que o tema foi abordado. No que diz respeito às peças, o assunto é referido através de ações e realizações do Governo do Paraná em prol dos seus cidadãos, até porque o ESG envolve muito mais do que simplesmente questões ambientais, estendendo seu significado também para temas como governança, práticas sociais e outros.

15. Por fim, todos os assuntos, ou itens, que a Subcomissão julgou não estarem 100% de acordo com o solicitado no edital já tiveram pontuação descontada nas avaliações.

16. Sendo assim, não merece prosperar o tópico das Recorrentes (433 e Trade).

b. Da Regionalização do Paraná

17. Quanto ao tema, esclarece-se que a proposta da Engenho de Ideias foi assertiva e está convergente aos ditames do edital.

18. Não se pode confundir a necessidade de proximidade e reconhecimento da regionalização de um estado, a ponto de fragmentá-lo como se fossem diversos estados; obviamente, o conceito de regionalização se faz sob um manto maior de unidade, de coerência e de aglutinação a um todo.

19. Sensível a este tema, a Engenho de Ideias, em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, apresentou:

“Para garantir presença e visibilidade massiva da campanha em todo o estado, mapeamos as principais cidades do Paraná em tamanho populacional e área de influência, conforme dados do IBGE 2021. São elas: Curitiba, capital do estado; São José dos Pinhás e Colombo, presentes na região metropolitana da capital; Londrina, no norte do estado, sendo ela a segunda maior cidade do Paraná; Maringá, também na região norte, exercendo influência regional; Paranaguá no litoral do estado; Ponta Grossa e Guarapuava na região central; e Foz do Iguaçu e Cascavel na região sudoeste.

A partir desta divisão, foi possível identificar a representatividade dos veículos de comunicação disponíveis em cada uma das regiões e listar aqueles que fariam a composição dos meios selecionados para o plano de mídia, de forma a alcançar mais impacto, visibilidade, frequência e rentabilidade para a campanha.”

20. A todo o momento, o Edital deixa claro o sentimento de Unidade do Paraná, chegando inclusive a mencioná-lo como um “estado necessário” (“Paraná faz do Estado necessário”, pag. 60), sendo que o tema regionalização é tratado como cuidado e como atenção para se permitir uma comunicação mais próxima da população, que possui cultura diversificada, mas que deve respeitar o centro de unidade e pertencimento ao Estado do Paraná.

21. Não se pode sobre a justificativa lançada pela 433 apresentar propostas com ruídos de comunicações ou díspares entre si, ao contrário, preservando-se o conceito de unidade deve-se respeitar a regionalização como forma de alcançar o cidadão, mas fazendo ecoar a mensagem central sem ruídos.

22. Bem da verdade, a 433 busca, de maneira pontual e minimalista, pinçar trechos do documento apresentado pela Engenho de Ideias para descontextualizá-lo de um todo, não se reconhecendo a coerência e a exatidão no por ela proposto.

23. Por isto, não procede a interpretação que a 433 busca lançar em seu recurso e pede que seja negado.

c. Da Ausência de atendimento à meta - Destaque Paraná no âmbito nacional

24. Sobre este ponto, destaca-se que a Recorrida já apresentou recurso próprio, sendo que discorda dos descontos a ela já aplicados. Bem da verdade, trata-se de uma alegação desprovida de qualquer fundamento por parte da 433.

25. Isto porque a Comissão já descontou pontos da Recorrida sobre o tema e, caso estivesse a Recorrente insatisfeita com a nota atribuída à Engenho de Ideias, essa deveria, com base no princípio da dialeticidade, trazer o porquê de se descontar mais do que já ocorreu.

26. Como o dito, a Engenho rebate integralmente este tópico, reforçando que confia e espera que sua nota seja melhorada, a partir do recurso apresentado.

27. A título de esclarecimento, a Engenho relembra que o seu *share* de mídia ficou dividido em 72% para ações aos paranaenses e em 28% para o público nacional, ou seja, é o maior volume entre as primeiras colocadas dedicado à publicidade transfronteiriça, não havendo motivos para ser ainda mais apenada.

28. A Subcomissão entendeu isso, e até mesmo julgou que os esforços em âmbito nacional foram excessivos, citando que a Engenho de Ideias aplicou “alto investimento nacional”, não se justificando o tema trazido pela 433.

29. Por isto, diante inclusive da ausência de motivação do Recurso da 433, deve ele ser negado.

d. Do equívoco da estratégia de mídia e não mídia “Pág. 9”

30. Sobre o tema trazido pela 433, este merece algumas considerações. Inicialmente, a alegação quanto a utilização de uma ou outra metodologia por si só não inquina, em nada, a campanha.

31. Não houve por parte da 433 a alegação ou a comprovação da ausência de cobertura pela Engenho de Ideias, ao contrário, a 433 tão e somente partiu de uma premissa que, tendo sido usada como base dado histórico geográfico, isto levaria a alguma ausência de ação sobre uma área, ou seja, trata-se de uma mera ilação.

32. Outro pronto que merece destaque diz respeito à metodologia utilizada pela Engenho de Ideias que, atenta e conhecedora do Estado do Paraná, apoiou-se nas seguintes fontes, referentes à mais atualizada pesquisa IBGE disponível:

Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Portaria nº PR-268, de 26 de agosto de 2021

<https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-pr-268-de-26-de-agosto-de-2021-341037196>

<https://www.in.gov.br/leiturajornal?data=27-08-2021&secao=do1>

<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-341035815>

<https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2021/08/27/parana-atinge-marca-de-119-milhoes-de-habitantes-diz-ibge.ghtml>

33. Apenas para referência, a classificação de regiões citadas no recurso da 433 deixou de ser utilizada pelo IBGE em 2017.

https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_mesorregi%C3%B5es_e_microrregi%C3%B5es_do_Paran%C3%A1

34. Com isto, vê-se que, a dois modos concomitantes, o recurso não prospera, (i) trata-se de uma ilação e (ii) a Engenho de Ideias foi assertiva e coerente ao proposto no Edital, abrangendo de forma dedicada e personalizada as regiões paranaenses e suas particularidades.

e. Do equívoco da estratégia de mídia e não mídia “Pág.10” (Tema Comum ao recurso da Trade)

35. O recurso das Recorrentes (433 e Trade), também nesse fundamento, não se sustenta. Destaca-se que para fundamentar seu recurso, a 433 “lança mão” de uma premissa equivocada, alocando como base comum a ferramenta Kantar Ibope MW/Instar.

36. Da mesma forma, a Trade busca se valer de suas próprias métricas para querer desacreditar a pontuação obtida pela Engenho de Ideias.

37. Fica claro que as Recorrentes se valem de critérios próprios para desacreditar ou desabonar a pontuação obtida pela Recorrida, a qual decorreu logicamente dos requisitos do Edital e que foram aplicados pela autoridade competente. Não será a métrica definida pelas Recorrentes que definirá o critério de julgamento, e sim, o que está determinado no Edital e que foi utilizado pela Comissão.

38. Por óbvio, valer-se desta ferramenta como ato de inovação no critério de julgamento violaria temas como ***vinculação ao instrumento convocatório, julgamento objetivo das propostas e isonomia.***

39. Dito isto, a Engenho de Ideias utilizou, em sua proposta, informações divulgadas ao mercado, no caso índices de audiência referentes ao 2º semestre de 2021 - PR Estado - As AB25+.

40. Sobre o tema e o critério de julgamento a aplicado, este está taxativamente trazido no item 11.3.4.2, não havendo margem de interpretação que autorize serem aplicados os critérios trazidos pelas Recorrentes, como “dados de frequência média” e percentual de cobertura de TV.:

11.3.4.2 Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e/ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

41. Da mesma maneira, nos critérios de julgamento:

12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – entende-se por **estratégia de Mídia e Não Mídia** para fins desta licitação:

- a) o conceito dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consciência do plano simulado da distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Estado do Paraná;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

42. Com isto, deve ser negado provimento ao Recurso da 433 e da Trade.

**f. Do equívoco da estratégia de mídia e não mídia
“Pág. 11”**

43. Ao total, são 61 emissoras, com grande parte delas abrangendo mais de uma cidade e todas as regiões do estado. A Engenho de Ideias utilizou a estratégia de maximizar os investimentos de rádio através da correta e mais eficiente combinação de emissoras e suas coberturas de antenas e alcance geográfico.

44. Mais uma vez, cabe iniciar a análise deste apontamento da 433 com correções, de modo que se tenha o pleno entendimento do cenário. A 433 informa que somente 33 cidades foram cobertas, afirmação que revela ou total falta de entendimento do negócio de mídia ou até mesmo má-fé. Isso porque, o número de 33 cidades se refere apenas às sedes das emissoras, não à cobertura!

45. Como apresentado no início da estratégia, a Engenho de Ideias elencou as principais cidades do estado e, partir delas, selecionou as emissoras mais relevantes de cada uma delas, de modo a cobrir a totalidade do estado.

46. Simplesmente reduzir o “cálculo” a 8,2% do território estadual não faz sentido algum em razão da abrangência dessas emissoras. Afinal, onde estaria a economicidade da verba de mídia (critério de julgamento conforme letra “e” do item 12.2.1.4) se a licitante simplesmente saísse despejando inserções em emissoras aleatórias? A estratégia da Engenho de Ideias foi coerente, lógica e inteligente.

47. Por fim, todos os assuntos, ou itens, que a Subcomissão julgou não estarem 100% de acordo com o solicitado no edital já tiveram pontuação descontada nas avaliações.

48. Diante de tudo isso, não cabe razão à solicitação da 433.

g. Dos equívocos da estratégia de mídia e não mídia “Pág. 12”

g.1 – Do Subitem “Tribuna”

49. Quanto ao tema, trata-se de fundamento desprovido de alcance legal ou fático. Isto porque o meio de comunicação cotado e sobre o qual a Engenho de Ideias **ratifica e reafirma** seu compromisso na proposta quanto a quantidade, qualidade e valores, é o veículo TRIBUNA. (anexo 1)



50. Destaca-se que o TRIBUNA e o GAZETA DO POVO são veículos que giram sob uma mesma órbita, a GRPCOM – Grupo Paranaense de Comunicação e, por isto, talvez tenha ocorrido eventual equívoco meramente formal e escusável. Cita-se:

GRPCOM – Grupo Paranaense de Comunicação



51. Eventualmente, erros de grafia que possam ter ocorrido não dão embasamento para qualquer tipo de penalidade. Aliás, ater-se com apego aos erros de grafia é tema que o TCU já julgou como erro e determinou a correção, a saber:

9.4. promover o envio de **ciência corretiva e preventiva** à atual administração do Município de Pedra Branca - CE, nos termos do art. 9º da Resolução TCU n.º 315, de 2020, com vistas à superveniente adoção das medidas cabíveis em prol da **efetiva superação das irregularidades** no sentido de, em futuros certames conduzidos pelo aporte de recursos federais, o referido município **abster-se**, para tanto, de incorrer nas **seguintes falhas**:

9.4.2. promover a **inabilitação** de licitantes ou a **desclassificação** de propostas em **face de falhas meramente formais**, sem a realização das devidas diligências saneadoras, ante a ofensa ao art. 43, § 3º, da Lei n.º 8.666, de 1993, e, entre outros, **ao princípio do formalismo moderado**; ACÓRDÃO 11080/2021 - SEGUNDA CÂMARA RELATOR ANDRÉ DE CARVALHO PROCESSO 045.763/2020-8 TIPO DE PROCESSO REPRESENTAÇÃO (REPR) DATA DA SESSÃO 24/08/2021 NÚMERO DA ATA 30/2021 - Segunda Câmara

52. Por isto, caso paire alguma dúvida a esta d. Comissão, solicita-se que o tema seja baixado em diligência para mera correção formal, a qual não possui o condão ou o poder de fazer descontar pontos da Recorrida.

53. Neste sentido, a Recorrida reafirma que o Jornal TRIBUNA está devidamente cotado e seus valores estão presentes na planilha apresentada, tratando-se o ocorrido de mero erro escusável de digitação.

54. Tal fato soa como um mínimo detalhe que não invalida a proposta ou mesmo representa evento desabonador, haja vista que o jornal TRIBUNA está devidamente cotado e uma mera verificação na documentação apresentada demonstrará tal fato.

55. Com isto, revela-se devidamente rebatido este ponto, devendo ser negado provimento ao Recurso.

g.2 – Da Cobertura Curitiba

56. Do mesmo modo, a 433 lança nova ilação ao questionar a abrangência e o alcance da campanha da Recorrida.

57. Conforme a estratégia de campanha defendida pela Engenho de Ideias, a proposta é plenamente eficiente e atendeu aos requisitos previstos no Edital. Ao situarmos o público a ser atendido e o orçamento disponibilizado, optou-se por uma cobertura que fosse eficiente e eficaz. Por isto, a capital é a única cidade que contará com exibição de peças de mobiliário urbano. Conforme mencionado no texto, *“teremos a utilização de 20 peças de mobiliário urbano presentes nas principais vias da cidade ao longo de todo o período da campanha, alcançando em média 2,7 milhões de impactos mensais”*.

58. Levando em conta que a campanha deve atingir não somente Curitiba, mas também o estado e outros locais do país, trata-se de uma estratégia eficiente e que propõe um aproveitamento inteligente dos recursos para impactar as pessoas em seu dia a dia.

59. O apontamento trazido pela 433 se torna desprovido de respaldo e, por isto, uma mera ilação, quando não apresenta os dados e as evidências que corroboram com a afirmação, devendo ser completamente desconsiderado.

60. Não há qualquer contraposição formal ou material trazida pela 433 que desabone a campanha desenvolvida pela Recorrida e os dados por ela evidenciados.

g.3 – Da abrangência de 99%

61. Outro ponto trazido pela Recorrente e que merece a justa repressão, diz respeito à ausência de fonte sobre o dado trazido de 99,99% da população impactada. Sobre o tema, apresenta-se o seguinte racional, sendo este devidamente justificado pela tabela disponibilizada pelo próprio veículo:

CENÁRIO 1 – 168 PONTOS (OUTDOOR + PAINEL RODOV. + LED)

- **R\$ 4,13** para cada lote de 1 mil pessoas impactadas (C.P.M.)
- **99,99%** da população das cidades envolvidas impactadas
- **3.272.700** pessoas diferentes impactadas
- **86** vezes cada pessoa irá ver a campanha (frequência)

62. Para a obtenção deste denominador e a apresentação desta proposta, a Recorrida se valeu dos critérios estabelecidos no Edital, sendo obediente e criteriosa na formatação da campanha e na apresentação de sua estratégia.

63. Novamente, a 433 novamente tenta conturbar o expediente, lançando mão de argumentos que destoam dos critérios trazidos no Edital e que por isto, não podem ser considerados.

g.4 – Da quantidade de outdoors

64. Ao que parece, o que a 433 pretende é obter, por meio de seu recurso, acesso a estratégias e a know-how de titularidade e propriedade da Recorrida, buscando entender (talvez para replicar) todos os detalhes da campanha, como distância e quantidade dos outdoors.

65. Naturalmente, a expertise da Recorrida deve ser preservada, sendo que esta apresentou sua proposta tal qual exigido no Edital, não havendo qualquer justificativa ou argumento que embase a pretensão da 433. Para tanto, cita-se o item 11.3.4.2 do Edital:

11.3.4.2 Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e/ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

66. Ainda que o edital exija *somente* a quantidade de inserções como critério de julgamento, a Engenho de Ideias foi conservadora e cautelosa para apresentar uma proposta com aderência a realidade, sendo que a 433 tenta, a todo custo, usar a sua métrica e os seus critérios como se estes ditassem as regras do edital, na tentativa de alterar o que já está expresso.

g.5 – Sobre a Favretto

67. Da mesma forma, quanto a alegação da 433 sobre a empresa *Favretto*, percebe-se nitidamente que se trata de uma tentativa da Recorrente de conturbar o procedimento, o que não pode ser admitido.

68. Veja-se, inclusive, que o formato MUB é sim comercializado em Curitiba pela Favretto, conforme o print abaixo retirado do mídia kit da exibidora, também em anexo. (Anexo 2)



69. Revela-se com isto devidamente respondido e impugnado o Recurso da 433 que não possui respaldo jurídico ou fático para alterar a nota atribuída pela Comissão a proposta da Recorrida, sendo que os pontos foram respondidos individualmente e com a devida contundência, pugnado, com isto, pela manutenção da nota atribuída a Recorrida.

70. Ao fim, havendo dúvidas sobre algum ponto, pede e espera que esta Comissão diligencie no sentido de averiguar a documentação apresentada.

IV. DO RECURSO DA GÁS (“GUARDA-CHUVA”)

a. Da Comparação entre as Pontuações

71. Inicialmente, não merece respaldo querer desacreditar a nota obtida pela Engenho, a partir de comparações pontuais dos itens existentes nas propostas, como se houvesse um check-list “Recorrente V.s Recorrida”. Esta argumentação descontextualiza os itens da licitação em sua abrangência e reduz a denominador simplório as diferenças formais e materiais existentes. Esta abordagem feita pela Recorrente desse apresenta como um mosaico de argumentações esparsas e desconectadas do certame.

72. Em fls. 11, a Guarda-Chuva traz o nome da Engenho: “as campeãs em pontos negativos (N) neste subquesto foram as concorrentes 433 e a ENGENHO DE IDEIAS. No entanto, foram classificadas.”.

73. Mas, o só critério de pontos negativos num determinado subitem não é elemento suficiente para trazer a desclassificação da Recorrida, haja vista que o seu alijamento do certame somente pode ocorrer quando preenchidas as hipóteses taxativas e exclusivas do Edital.

74. O item 12.4 do Edital é claro:

12.4 Será desclassificada a Proposta:

a) que não atender as exigências do presente edital e seus anexos;

b) apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária-Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) cuja NPT não alcançar 80 (oitenta) pontos;

d) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

75. Logo, não pode a Comissão inovar e desclassificar a Engenho quando esta não incorreu nas hipóteses **TAXATIVAS** de desclassificação, o que exatamente foi o caso da Guarda-Chuva.

b. Da Assinatura no Relato do MPF (Tema também apresentado no Recurso da Candy-Shop)

76. Em respeito à concentração dos temas e a coerência do debate, aproveita-se este tópico para também responder o tópico da CANDY-SHOP sobre este tema.

77. Não se pode confundir a apresentação faltosa e equivocada de documentos com o dever de diligência conferido à comissão, isto porque este dever se insere quando as informações apresentadas puderem ser checadas por meio de portais na internet e na análise sistêmica da documentação.

78. Logo, uma CND, por exemplo, com prazo de validade vencida ou mesmo um documento sem autenticação de assinatura podem ser facilmente CHECADOS com a mera consulta no site da Receita ou mesmo a mera apresentação do documento original.

79. Por isto, são retas paralelas e que não se cruzam o mero dever de CHECAGEM saneável por meio de diligências com a leniência/tolerância com a apresentação de NOVOS documentos, os quais não estavam encartados nos envelopes próprios.

80. É como julga o TCU:

19.3.4. Por essa razão e tendo em vista a especificidade e o grau de detalhamento das exigências do edital, poderia o MTE ter diligenciado o banco, com vistas a obter as informações faltantes. Vale dizer que a inabilitação de licitante, em razão de ausência de informações que possam ser supridas por meio de diligência, facultada pelo art. 43, § 3º, da Lei 8.666/1993, desde que não resulte inserção de documento novo ou afronta à isonomia entre os participantes, caracteriza inobservância à jurisprudência do TCU (Acórdãos 1924/2011, 747/2011 e 918/2014, todos do Plenário). ACÓRDÃO 2873/2014 - PLENÁRIO AUGUSTO SHERMAN

81. É a literal dicção do artigo 43, §3º da Lei Federal n.8666/93, a saber:

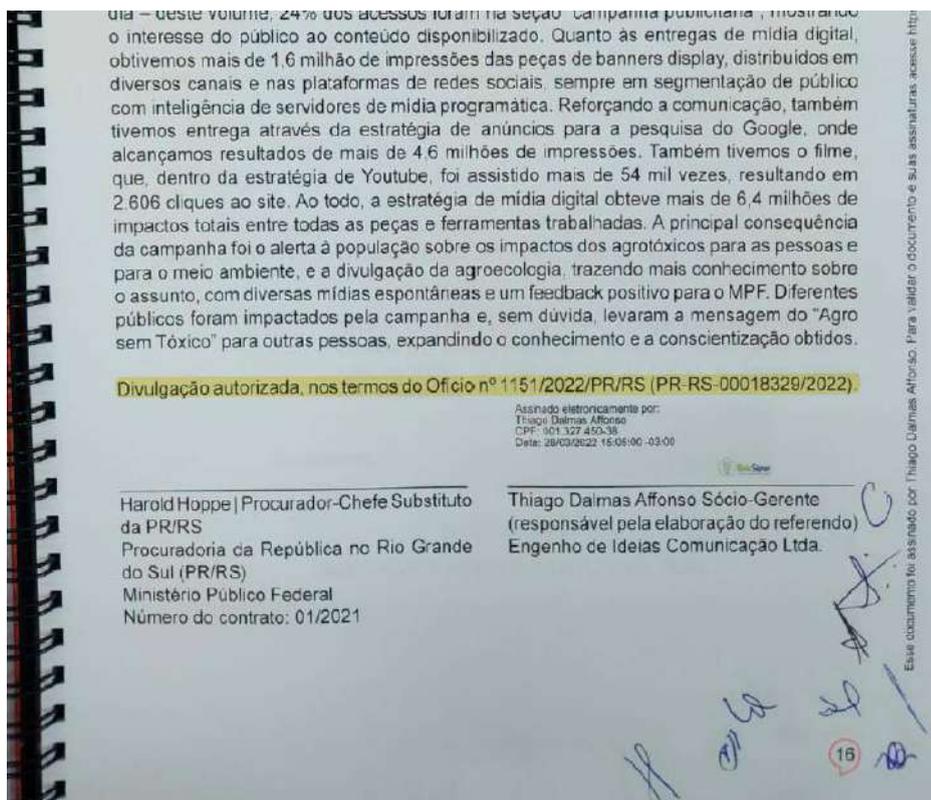
Art. 43. A licitação será processada e julgada com observância dos seguintes procedimentos:

§ 3º É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

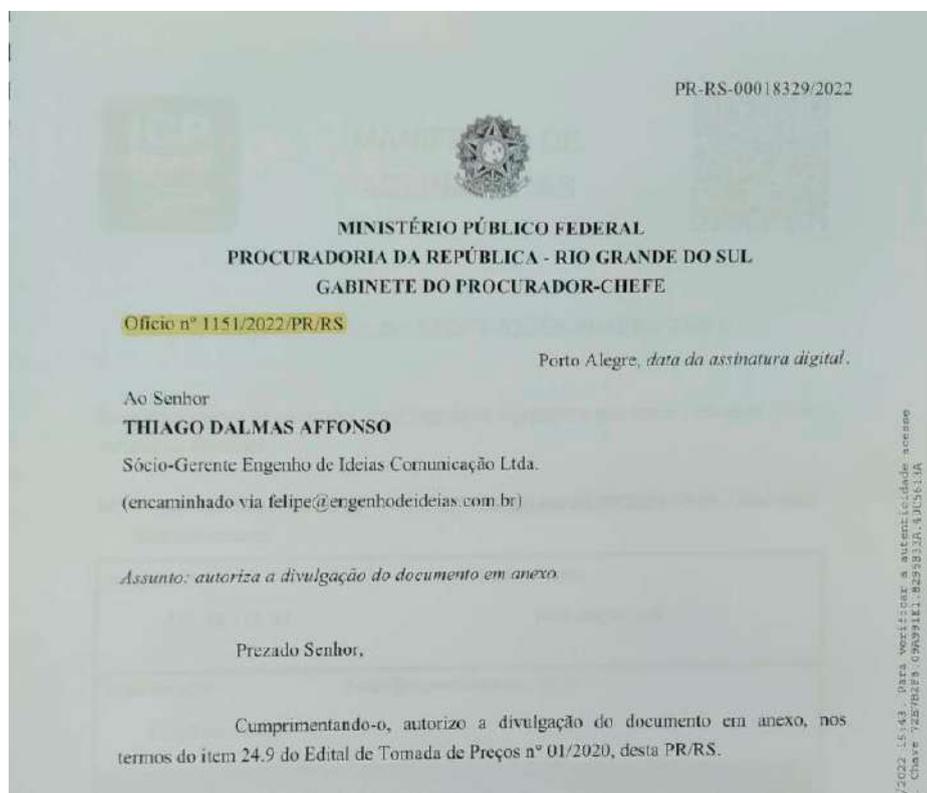
82. Foi dito, fls. 14: “(b) *ENGENHO* apresentou relato do Ministério Público Federal sem assinatura, juntando tão somente um ofício sobre “divulgação de informações” e não sobre o relato em si.

83. Pois bem, da leitura feita, não fica claro se a Guarda-Chuva busca anular o procedimento, aumentar sua nota ou prejudicar as demais, misturando-se conceitos e informações.

84. O relato faz relação direta ao ofício do MPF, onde fica clara a permissão da divulgação do case da campanha bem como seus resultados exitosos, estando autorizada nos termos do OFICIO 1151/2022/PR/RS por meio dos poderes conferidos ao Procurador-Chefe, no ato substituto, Harold Hoppe.

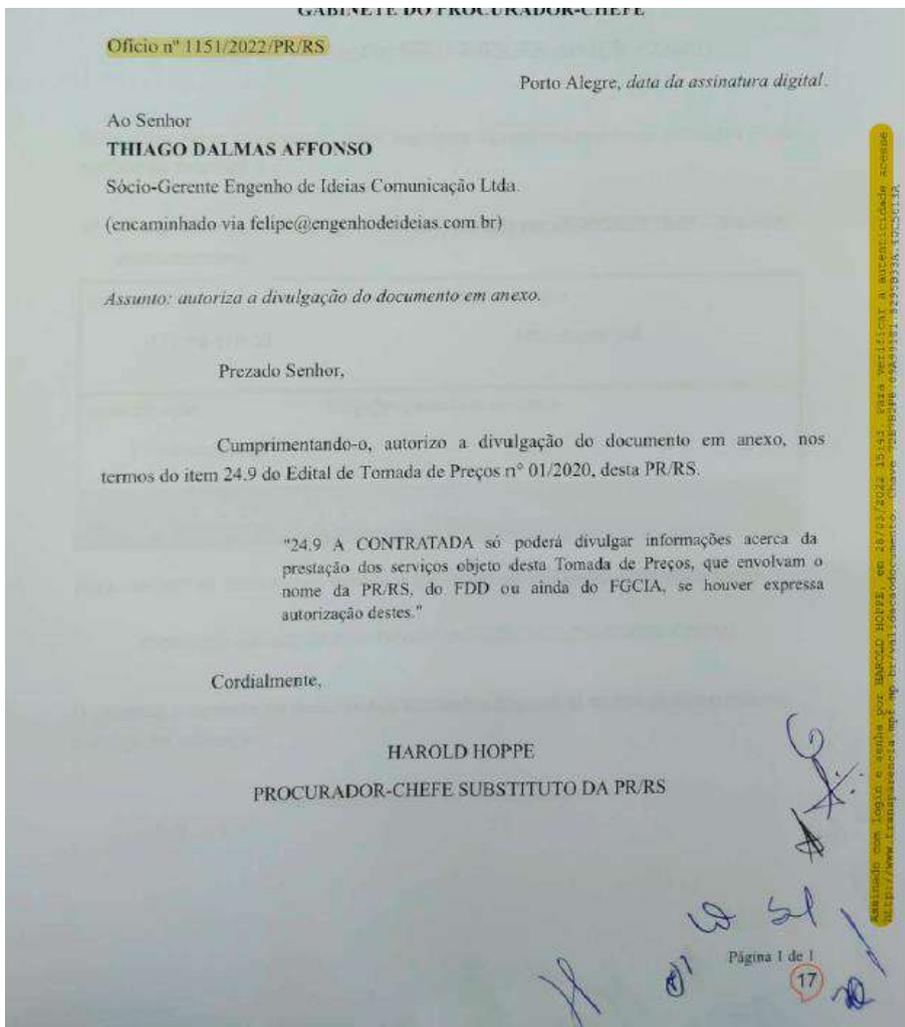


Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>



85. Cabe esclarecer que em regimento interno e protocolos de trabalho, a Instituição MPF profere a autorização de divulgação das informações acerca do trabalho realizado, bem como reforça em seu ofício "A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação de serviços objeto desta tomada de preços, que envolvam... SE HOUVER EXPRESSA AUTORIZAÇÃO DESTES".

86. O mesmo ofício em seu certificado de validação traz "assinado com login e senha por HAROLD HOPPE"



87. Cabe ainda salientar que o campo validação do documento através do <http://transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento> traz a legitimidade da assinatura, podendo ser consultado pela chave de acesso que consta na certificação digital: chave de acesso 72E7B2F809A991E18295B33A40C5613A

88. Logo, não procede a argumentação e, persistindo a dúvida desta comissão sobre o tema, pede-se que seja a questão baixada em diligenciado e oficiado ao Ministério Público para eventual saneamento.

89. Este tema está há muito superado, haja vista que na própria segunda sessão, mediante conhecimento da "Ata de julgamento subcomissão técnica invólucros nº 03", as assinaturas foram validadas e o tema já foi devidamente superado.

V. DO RECURSO DA LOJA DOCE ("CANDY SHOP")

90. Reitera-se que o tema trazido pela Recorrente quanto à ausência de assinatura no relato do Ministério Público Federal foi tratado de

maneira conjunta também no tópico direcionado a este tema no Recurso da Guarda-Chuva, logo acima, destacando-se neste item somente os pontos existentes, de maneira exclusiva, no Recurso da Loja-Doce.

91. Dito, isto, apresenta-se que não procedem os argumentos trazidos contra a avaliação da Engenho de Ideias, quando a sua proposta foi clara e aderente ao proposto pelo edital, revelando com isto o julgamento objetivo por parte da comissão.

92. Veja-se, por exemplo, que a Candy Shop busca uma mesma nota do que a Engenho de Ideias, mesmo quando para a Recorrida o desconto foi em razão de: “Uso das aspas como recurso visual para indicar emissor se mostra confuso” V.s. “Conceito não é trabalhado de forma efetiva, não liga a construção de Futuro”.

93. Enquanto o desconto de nota da Engenho de Ideias se prendeu a elemento periférico (uso de aspas), o desconto de notas da Candy Shop decorreu de falha NUCLEAR, ligada ao tema CONCEITO.

94. Não se trata naturalmente de um mesmo resultado para uma mesma métrica e, por isso, naturalmente a nota reflete quando há compreensão do conceito, mas eventual detalhe no uso de aspas para a não compreensão do CONCEITO.

95. Veja-se, inclusive, que o tema CONCEITO é trazido como elemento da estratégia do edital, citando-se:

12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária—entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação: a) a adequação do partido temático e do conceito proposto a natureza e a qualificação do Poder Executivo do Estado do Paraná e a seu problema específico de comunicação

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo do Estado do Paraná com seus públicos

96. Logo, o erro da Candy Shop é tema que contamina toda a sua proposta, pois decorre de erro de estratégia decorrente de má compreensão do conceito, e não sobre o uso gráfico de “aspas”.

97. Por isto, não procede a alegação.

VI. DO RECURSO DA TRADE

a. Da utilização de veículos de comunicação possivelmente extintos

98. A Engenho de ideias, para a elaboração de uma proposta, se vale sempre dos meios oficiais de comunicação, situação esta que a ferramenta *Google*, por mais valiosa que seja, não goza.

99. Logo, a premissa, ou mesmo a presunção, caminha ao lado dos veículos OFICIAIS, e não do Google.

100. Veja-se que em veículos oficiais, consta:

CIDADE	JORNAL	PERÍODO	Valores em reais (em reais)		Acréscimo de cor	Tiragem exemplares	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS																					
			INDETERMINADO DIA ÚTIL	CLASSIFICADOS DIA ÚTIL			INDETERMINADO						CLASSIFICADOS															
			DOMINGO	DOMINGO			01 col.	02 col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.	07 col.	08 col.	09 col.	10 col.												
JORNALIS DIÁRIOS - Paraná	CASCADEL	O PARANÁ	3as a Sab/Dom	56,40	56,40	19,90	19,90	30%	30.800	38,0	24,6	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	-	3,8	7,8	12,2	16,4	20,5	24,6	-	-	-	-	
	CASCADEL	JORNAL HOJE NEWS	3as a Sexta	72,60	-	-	-	30%	21.200	23,0	18,0	5,6	11,7	18,0	-	-	-	5,6	11,7	18,0	-	-	-	-	-	-	-	
	CAMPO MOURÃO	A TRIBUNA	3as a Domingo	44,16	59,89	16,33	18,67	30%	13.740	53,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	2,7	5,7	8,7	11,7	14,7	17,7	20,7	23,7	26,7	29,7	
	FOZ DO IGUAÇU	GAZETA DO IGUAÇU	2as a Sab/Dom	49,00	51,00	24,00	26,00	30%	12.246	34,0	25,5	4,0	8,2	12,5	16,8	21,1	25,5	4,0	8,2	12,5	16,8	21,1	25,5	-	-	-	-	
	MARINGÁ	DIÁRIO DO NORTE	3as a Domingo	82,00	99,00	22,00	25,00	30%	15.000	52,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	2,7	5,7	8,7	11,7	14,7	17,7	20,7	23,7	26,7	29,7	
	PARANAGUÁ	FOLHA DO LITORAL	3as a Domingo	30,67	37,57	14,00	17,00	30%	8.000	35,0	27,0	4,1	8,7	13,3	17,8	22,4	27,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PARANAVAI	DIÁRIO DO NOROESTE	3as a Domingo	71,00	84,00	26,00	28,00	30%	6.000	54,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	PONTA GROSSA	DIÁRIO DOS CAMPOS	3as a Sexta/Dom	66,71	79,98	40,00	42,00	30%	10.000	52,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	2,7	5,7	8,7	11,7	14,7	17,7	20,7	23,7	26,7	29,7	
	SANTO AUGUSTO	JORNAL DO OESTE	3as a Domingo	62,37	68,61	22,45	24,95	30%	9.960	53,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	UMUARAMA	TRIBUNA DO POVO	3as a Domingo	28,00	32,00	11,00	13,00	30%	15.000	38,0	26,0	5,0	10,2	15,3	20,7	26,0	-	4,0	8,5	12,8	17,3	21,5	26,0	-	-	-	-	
MAYO CIRCULO DO SUL																												
	CAMPO GRANDE	O ESTADO	2as a Sabado	56,17	-	-	-	35%	5.000	34,0	26,0	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Razão Social : Executiva Comunicações e Representações Ltda.
Av. dos Galichos, 760 - Cep. 91.110-090 - Porto Alegre/RS
Cnpj: 93.786.089/0001-66 / Insc. Estadual: Isenta
Fone: 51 - 3340.1408 - 3340.1460
E-mail : expansaoonline@terra.com.br

Tipo de material: E-mail ou CD.
Formato de material : JPG (300 dpi) ou PDF
Cancelamento de anúncio reservados até as 16h

Anúncios determinados, acrescer 50% sobre o valor Indeterminado.
Encartes, Publicidade Legal, anúncios de capa e contra capa: sob consulta
Acréscimo de cor : conforme planilha acima.
Prazo de Reserva e entrega de anúncio : sob consulta

101. Considerando que esta é a tabela dos veículos, fornecida por Representante Comercial (Expansão Brasil – Anexo 3), vigente na data imposta pelo edital, as informações nela incluída devem ser consideradas válidas para a presente licitação. Se houve qualquer mudança das práticas comerciais dos veículos durante a vigência das tabelas, essas práticas não podem ser consideradas na campanha simulada, a menos que reflitam expressamente nas tabelas.

102. Dessa maneira, ao solicitar tabelas com valores a um veículo ou representante comercial, a licitante não pode ser prejudicada por possíveis erros do material - afinal, seriam equívocos do veículo ou do representante, não da concorrente.

103. É o que ocorre aqui.

104. Se a proposta técnica pressupusesse uma campanha a ser executada, seria exigida a obtenção das melhores condições junto aos veículos, tal qual prevê o contrato assinado pela licitante vencedora do certame. Isso causaria a competição entre proponentes em condições desiguais, pois aqueles com melhores contatos e conexões teriam vantagem.

105. Por ser necessário que as proponentes compitam em iguais condições, utiliza-se a campanha simulada, baseada inteiramente em valores de tabela cheia. Dessa forma, é possível comparar a capacidade técnica das proponentes de forma isolada, uma vez que elas terão acesso às mesmas tabelas, com os mesmos valores, para aplicação da mesma verba. Assegura-se, assim, a isonomia.

106. É também por esse motivo que as práticas comerciais dos veículos, sejam elas oficiais ou não, devem ser desconsideradas, a menos que constem nas tabelas.

107. Imagine-se a seguinte situação: vários artistas são convidados para reproduzir, em pintura, uma cena. Os artistas são posicionados em um círculo para executar os trabalhos. Cada um vê a cena a partir de um ângulo diferente, o que significa que alguns terão acesso a ângulos mais privilegiados da cena, que melhor representam o objeto que deve ser reproduzido. Essa seria a situação da licitação se fosse admitido o uso de políticas comerciais não previstas nas tabelas dos veículos na formulação da campanha simulada.

108. Para garantir que todos os artistas serão avaliados pela sua técnica ao reproduzir a cena, e não por fatores que estão fora do seu controle, como o seu posicionamento na cena, a organização da competição entrega a cada um dos artistas uma fotografia da cena, e lhes informa que as pinturas devem reproduzir, o mais fielmente possível, a cena reproduzida na fotografia. Agora, todos têm acesso ao mesmo ângulo, à mesma iluminação, e à mesma imagem de base. O único fator que distinguirá uma pintura da outra será a capacidade técnica dos artistas. Se existe algum elemento da cena que, no ângulo da fotografia, está obscurecido ou oculto, assim será para todos os artistas. Não há, neste caso, beneficiados ou prejudicados por fatores externos.

109. Na licitação para a contratação de serviços de publicidade e propaganda, as tabelas oficiais dos veículos correspondem à fotografia — todas as proponentes têm acesso aos mesmos documentos públicos fornecidos pelos veículos e/ou Representantes Comerciais (as tabelas oficiais), e nestes documentos constam todos os produtos e serviços que podem ser utilizados nas campanhas simuladas, bem como os valores que devem ser utilizados.

110. Assim como não cabe aos artistas buscar visitar o local para identificar detalhes e circunstâncias ocultas na fotografia para pintar a cena de forma mais fidedigna, não cabe às proponentes questionar o quão bem as tabelas oficiais dos veículos refletem as suas atuais práticas comerciais. Reiteramos: o que vale é o que está na tabela, nada mais. E tudo o que está no plano da recorrida, está nas tabelas dos veículos.

111. Assim sendo, deverá ser negado provimento ao recurso.

b. Da Tentativa de Redução da Nota da Engenho

112. Sem clareza argumentativa, a Trade ainda tenta desconsiderar a nota da Engenho, trazendo pontos como o share da televisão, cartazes em banheiro ou mesmo quanto à Ideia Criativa. Como se verá, esta tentativa não se sustenta e deve-se, por juízo de coerência ao edital, rechaça-los.

113. Trata-se, bem da verdade, de uma tentativa de lançar elementos subjetivos, preconceituosos ou mesmo de estereotipar uma campanha que atendeu objetivamente os requisitos do edital.

114. Inicia-se a resposta pelo argumento quanto ao *Share* de investimentos que foi bem definido pela Recorrida e dá sustentação coerente à proposta. Vale dizer que o share de investimento das emissoras não foi desrespeitado, visto que Band, Record e SBT têm a mesma média de share - apenas a Globo se destaca, com 29%. Ou seja, as emissoras estão em uma mesma faixa. Em sua estratégia, a Engenho se orientou pelo objetivo de contemplar a melhor cobertura entre as emissoras e manter, ao longo do período, a melhor relação entre cobertura, frequência e impactos, fazendo o uso de todas as possibilidades dentro de cada grade da emissora disponível.

115. Dessa maneira, e somando-se todas as variáveis disponíveis, chegamos ao melhor CPP possível para a campanha.

116. Na Band, por exemplo, mesmo tendo 17% do investimento, tivemos um GRP de 19%, o que comprova que a colocação da Trade não faz sentido, uma vez que a relação entre o share e a eficácia nem sempre é direto.

Emissora	% \$	GRP	% GRP
GLO	29%	638,31	40%
SBT	18%	231,40	14%
REC	17%	420,04	26%
BAND	17%	312,00	19%

c. Sobre o Valor Econômico

117. Outro tema trazido pela TRADE foi referente ao veículo Valor Econômico, um veículo com circulação nacional, mas que também reparte para regionais São Paulo e Rio de Janeiro. (Anexo 4)

MERCADOS	VALOR - CM/COL
NACIONAL	R\$ 1.104,00
REGIONAL SÃO PAULO	R\$ 448,00
REGIONAL RIO DE JANEIRO	R\$ 238,00

MERCADOS	VALOR - CM/COL
NACIONAL	R\$ 701,00
REGIONAL SÃO PAULO	R\$ 278,00
REGIONAL RIO DE JANEIRO	R\$ 151,00

Em dom, 20 de mar. de 2022 às 18:50, Angela Silvestre <angela@engenhodeideias.com.br> escreveu:

Oi Hermano, tudo bem?

Uma dúvida para o Valor Econômico:
Qual a tiragem das edições Regional SP e Regional RJ?

Ou caso tenha o IVC me envie por favor.

Obrigada
Att.

118. Em outras palavras, não apenas a colocação é infundada, demonstrando falta de conhecimento relacionada a uma das grandes publicações do país, como também é descabida no sentido de gerar uma desclassificação como a solicitada pela Trade.

d. Sobre o tema Mídia na TV

119. A TRADE busca trazer novos critérios de avaliação, os quais não estavam presentes no edital e, por isto, não podem ser admitidos.

120. Vejamos a comparação entre o que a Trade diz e o que o Tribunal de Contas da União diz. Foi dito pela Trade: *“Na mídia de TV, aberta a ENGENHO apresenta como defesa (métricas) apenas: Impactos e GRPs. Não apresenta outras métricas, fundamentais para um julgamento técnico correto em relação à eficácia da mídia apresentada. Uma dessas métricas, por exemplo, é a FREQUÊNCIA MÉDIA, que se refere à quantidade média de vezes em que cada pessoa de uma cobertura teve a oportunidade de ver um anúncio”* ou ainda *“Porém*

a Licitante não apresenta dados de pesquisa que comprovem a afirmação, como os de audiência, por exemplo. Não apresenta dados sequer de grandes praças, como Curitiba e São Paulo, por exemplo, sabidamente pesquisadas regularmente pelo IBOPE, que é a pesquisa mais aceita e utilizada pelo mercado. Sem as defesas das Emissoras é impossível se chegar a uma avaliação técnica quanto a eficácia da mídia apresentada. Além disso, ao decidir utilizar as redes de rádio que estão presentes no Estado, a Licitante deveria apresentar os dados de audiência e cobertura das mesmas, para justificar (mesmo assim frágil), pois elas não possuem alcance no Estado todo e nem nas principais cidades do Paraná.”

121. Contudo, em Jurisprudência selecionada, o TCU julga:

A inabilitação com base em *critério* não previsto em *edital* e a ocultação de informações relevantes à habilitação dos licitantes ferem os princípios da legalidade, publicidade, do *juízo* objetivo e da *vinculação* ao disposto no *instrumento* convocatório.

Acórdão 6979/2014-Primeira Câmara | Relator: AUGUSTO SHERMAN

ÁREA: Licitação | TEMA: Habilitação de licitante | SUBTEMA: Princípio da *vinculação* ao *instrumento* convocatório

Outros indexadores: *Critério*, Inabilitação, *Edital* de licitação, Princípio do *juízo* objetivo, Princípio da legalidade, Princípio da publicidade

122. Revela-se assim que a tentativa da Trade de *innovar* no procedimento e estabelecer critério não previsto no Edital é duramente rechaçada pelo TCU, impondo com isto que seja negado provimento ao recurso.

123. Em nenhum momento o Edital, conforme já exposto, traz os critérios trazidos pela TRADE como hábeis a justificar o abono ou o desconto de pontuação, não sendo crível que a Comissão altere esta regra com as propostas já apresentadas e avaliadas.

124. A Trade se equivoca ou busca levar a Comissão a uma interpretação errada ao afirmar que “a licitante deveria apresentar dados de audiência”. Não há, em qualquer item do edital, uma exigência quanto a isso.

125. E esta mesma argumentação se espraia para pontos como (i) dados de rádio; (ii) Raciocínio, Ideia Criativa e Estratégia, (iii) cartazes de banheiro e canais de endomarketing.

126. Voltemos ao Edital que assim determina:

11.3.4.2 Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e/ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

127. Os itens apontados pela Trade buscam uma real alteração e inovação nos critérios de avaliação e julgamento das propostas, o que não pode ser tolerado. A autoridade Competente.

128. O princípio da legalidade sem dúvidas garante estabilidade e segurança jurídica nos relacionamentos do particular com a Administração Pública, isto porque ele impõe ao Poder Público a observância dos diques legais, impedindo assim atuações arbitrárias.

“O princípio da legalidade é talvez o princípio basilar de toda a atividade administrativa. Significa que o administrador não pode fazer prevalecer sua vontade pessoal; **sua atuação tem que se cingir ao que a lei impõe. Essa limitação do administrador é que, em última instância, garante os indivíduos contra abusos de conduta e desvios de objetivos”** (Carvalho Filho, 2014, p. 246)

129. É esta a lição de José dos Santos Carvalho Filho:

“O princípio da vinculação tem extrema importância. Por ele, evita-se a alteração de critérios de julgamento, além de dar a certeza aos interessados do que pretende a Administração. **E se evita, finalmente, qualquer brecha que provoque violação à moralidade administrativa, à impessoalidade e à probidade administrativa.**

(...)

O princípio do julgamento objetivo é corolário do princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Consiste em que os critérios e fatores seletivos previstos no edital devem ser adotados inafastavelmente para o julgamento, **evitando-se, assim, qualquer surpresa para os participantes da competição.** Nesse sentido, é incontestável o art. 45 do Estatuto.” (2015, p. 250/251)

130. Logo, impõe-se que a Comissão está vinculada e adstrita ao julgamento objetivo da proposta, a partir dos critérios por ela mesmo criados,

revelando-se com isto a impropriedade da Recorrente de buscar alterar tais premissas de julgamento, como forma de alterar a nota da Recorrida.

VII. DOS PEDIDOS

131. Em razão do exposto, vem a Engenho de Ideias responder aos Recursos interpostos por **433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA. ("433"); GÁS COMUNICAÇÃO LTDA. ("GUARDA-CHUVA"); LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA. ("CANDY SHOP") e TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI ("TRADE")** pedindo, desde já, que seja negado provimento a estes nos temas destinados à ora Recorrida.

132. Sucessivamente, caso esta d. Comissão se mobilize a (i) proceder com a anulação do certame ou (ii) acatar qualquer alegação contra a Engenho, que atue de forma aderente às determinações legais da motivação dos atos, da eficiência e da legalidade, assim como da ampla defesa e do contraditório.

133. Pede ainda que, havendo dúvidas sobre o mérito dos recursos, que seja o feito baixado em diligência.

Porto Alegre, 22 de julho de 2022.

Assinado eletronicamente por:
Luiz Ricardo Felix Jaques
CPF: ***.616.010-**
Data: 22/07/2022 17:35:46 -03:00

Luiz Ricardo Felix Jaques 
Sócio-Administrador

Anexo 1

(Tribuna Mídia Kit)



TRIBUNA

PROTÓCOLO
Fls. 30
3

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felício em 22/07/2022 17:40. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://www.eprotocol.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e.

Assinatura Simples realizada por: **Maurício Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Maurício Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: <https://www.eprotocol.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.

MÍDIA KIT
TRIBUNA
2021



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>



UMA NOVA TRIBUNA.

→ **MESMA VOZ. NOVO JEITO DE FALAR.**

Continuamos os **olhos**,
o **sorriso** e a **voz dos**
curitibanos, mas com
uma nova roupa e um
novo jeito de falar.



Um jornal com um propósito de **entreter**,
informar e **engajar** o curitibano por
meio de uma parceria focada em
contextualizar, antecipar e significar
conteúdos que sejam do interesse de
quem lê.

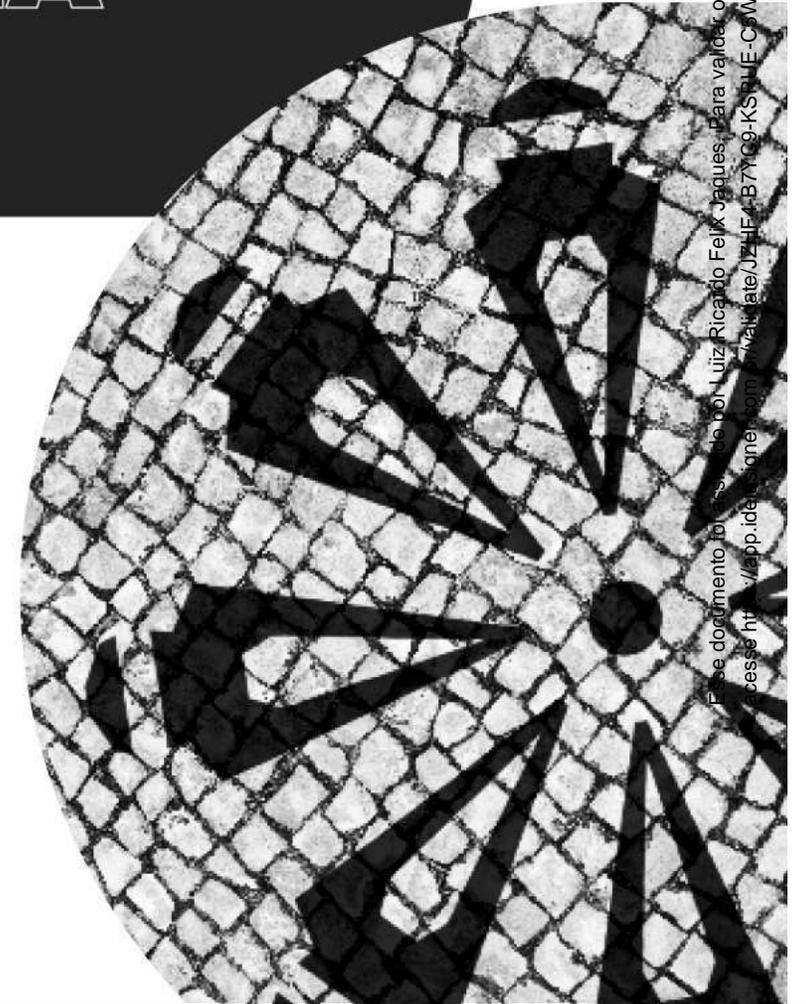


Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas
acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

**MAIOR COBERTURA
DO NOTICIÁRIO LOCAL.**

○ JORNAL DA FAMÍLIA CURITIBANA.

O companheiro das famílias e dos jovens de Curitiba que traduz os acontecimentos mais importantes do dia-a-dia em uma **linguagem prática e direta ao ponto**, que dá dicas, ensina, aconselha, protege e puxa a orelha, **defendendo a comunidade, e a importância da família para formar bons cidadãos que transformam a sociedade.**



Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasignet.com.br/validar/1ZJHF4-B77099-KS64UE-C5WQC>

Assinatura realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: <https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.

CONTEÚDO, PARCERIA E TUDO NOVO.

Além do novo desenho gráfico, a nova Tribuna tem também um novo desenho editorial.



VIVA!

Variedades e dicas que permitem ao leitor conhecer formas de viver melhor com sua família, aproveitando a cidade e espaços públicos.



ECONOMIA PARA CRESCER

Ensinar como pequenas ações dentro das famílias podem gerar economias, desenvolvimento particular e coletivo.



POLÍTICA LOCAL E FÁCIL

Educação política e aproximação dos cidadãos das ações dos políticos. Olhar sobre a Câmara de Vereadores. Empoderar para cobrar boas políticas públicas.



ESPORTES

Pais, filhos, famílias inteiras apaixonadas por futebol. E nós também! Agora todo nosso conteúdo esportivo está no UmDois Esportes, que é compartilhado na Tribuna. Os valores do esporte como ferramenta de transformação social.

OPINIÃO E HISTÓRIAS DE GENTE DAQUI



CAÇADORES DE NOTÍCIAS

Personagens que fazem a diferença nos bairros de Curitiba e região encontrados pela nossa equipe com histórias contadas com o jeito da Tribuna de conversar com a comunidade.



BLOGS

A Tribuna tem um espaço para opiniões e conteúdos dos nossos blogueiros colaboradores do jornal. São conteúdos variados sobre filmes, séries e TV, saúde e emagrecimento, finanças e previdência privada, esportes, variedades e um mundo de possibilidades de envolver a sua marca com a gente.



PERFIL DA AUDIÊNCIA

Pessoas de todas as idades e estilos engajadas com a comunidade, que buscam conteúdo e informação para crescimento próprio e comum.

FAIXA ETÁRIA

JOVEM ADULTO: **3,1 MILHÕES**

ADULTO: **348 MIL**

IDOSO: **64 MIL**

GÊNERO

HOMENS: **3,1 MILHÕES**

MULHERES: **480 MIL**

CLASSE SOCIAL

CLASSES CD: **2,7 MILHÕES**

CLASSES AB: **830 MIL**

INTERESSES:

POLÍTICA: **64%**

SAÚDE: **42%**

FUTEBOL: **59%**

MÚSICA: **20%**

TECNOLOGIA: **17%**

AGRONEGÓCIOS: **16%**

FINANÇAS: **14%**

Fonte: Tail 2021



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validar/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

SUA MARCA + TRIBUNA + CURITIBANO

Digital

AUDIÊNCIA TOTAL

+de **11** MILHÕES
de pageviews por mês.

+de **3,6** MILHÕES
de usuários únicos por mês.

Fonte: Google Analytics mar/mai 2021

AUDIÊNCIA CURITIBA

+de **6,8** MILHÕES
de pageviews por mês.

+de **1,2** MILHÕES
de usuários únicos por mês.



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

SUA MARCA + TRIBUNA + CURITIBANO

Impresso diário (seg a sex)

TIRAGEM
DIÁRIA

3.450
exemplares

TOTAL DE
IMPACTOS → Curitiba e Região

+17 mil
por dia Média de 5 leitores
por jornal

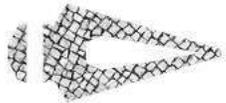
Fonte: Logística e distribuição Tribuna 2021



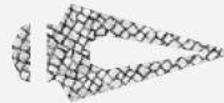
Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>



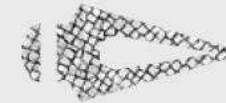
SUA MARCA MAIS PERTO DO CURITIBANO



Mídia padrão
(impresso + digital)



Seções temáticas
especiais



Projetos
especiais



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CwWQC>

FORMATOS DIGITAL + IMPRESSO → Packs

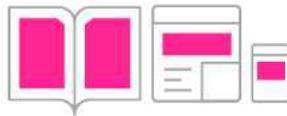
DIGITAL FRONT



RODAPÉ DE CAPA (24,5x5cm)
+ 100.000 impressões em vídeo*

RS **8.869,00****

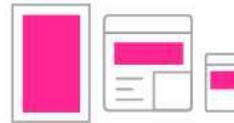
DIGITAL MEGA



PÁGINA DUPLA (52x40cm)
+ 500.000 impressões*

RS **8.564,00****

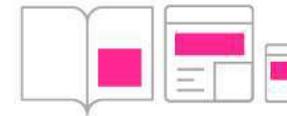
DIGITAL MAX BACKCOVER



CONTRA CAPA (24,5x40cm)
+ 300.000 impressões*

RS **6.421,00****

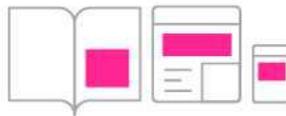
DIGITAL MEDIUM



MEIA PÁGINA (24,5x20cm)
+ 150.000 impressões*

RS **3.211,00****

DIGITAL MEDIUM



MEIA PÁGINA (24,5x20cm)
+ 150.000 impressões*

RS **3.211,00****

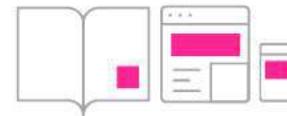
DIGITAL SIMPLE



TERÇO DE PÁGINA (24,5x13cm)
+ 100.000 impressões*

RS **2.408,00****

DIGITAL BASIC



SEXTO DE PÁGINA (12x13cm)
+ 50.000 impressões*

RS **946,00****

* Formato wide e arroba.

** Valor para 1 semana de veiculação.

FORMATOS JORNAL IMPRESSO → Avulsos

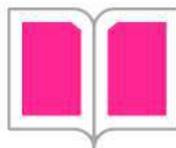
RODAPE



24,5x5cm

RS **7.982,14***

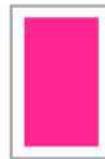
PÁGINA DUPLA



52x40cm

RS **7.707,20***

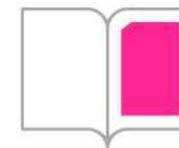
CONTRA CAPA



24,5x40cm

RS **5.779,00***

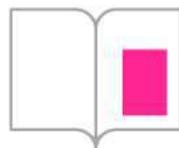
PÁGINA SIMPLES



24,5x40cm

RS **4.816,07***

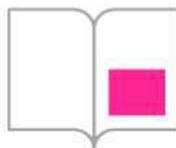
ROUBA PÁGINA



19,5x29cm

RS **3.612,05***

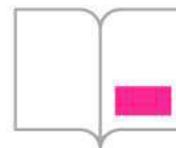
MEIA PÁGINA



24,5x20cm

RS **2.889,64***

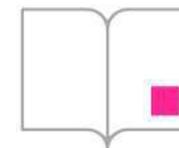
TERÇO DE PÁGINA



24,5x13cm

RS **2.167,23***

SEXTO DE PÁGINA



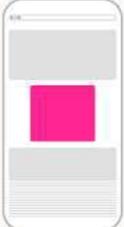
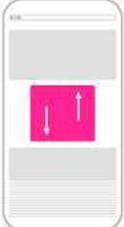
12x13cm

RS **851,79***



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

FORMATOS DIGITAIS → Mobile

MOBILE LEADERBOARD  300x100px R\$ 40,00	RODAPÉ  300x50px R\$ 40,00	ARROBA  300x250px R\$ 40,00	SCROLL BANNER  320x100px R\$ 40,00	FLYING CARPET  300x600px R\$ 80,00
--	---	--	---	---

* Valor por inserção.

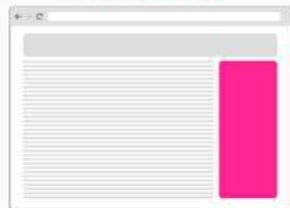
Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHf4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>



FORMATOS DIGITAIS → Desktop



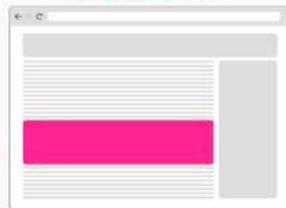
HALF PAGE



300x600px

R\$ 80,00

BILLBOARD



970x250px

R\$ 80,00

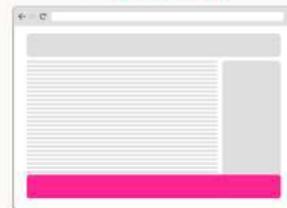
CORNER VÍDEO



640x480px

R\$ 100,00

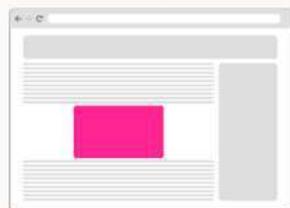
FULL BAR



990x90px

R\$ 40,00

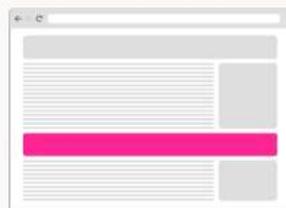
ARROBA



300x250px

R\$ 40,00

WIDE BANNER



990x90px

R\$ 40,00

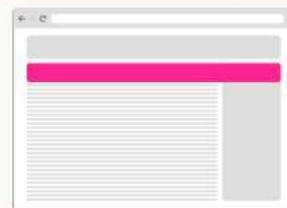
RICHMEDIA



300x250px

R\$ 80,00

SCROLL BANNER



990x90px

R\$ 40,00

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento, e suas assinaturas, acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

SUA MARCA NA TRIBUNA

DE UM JEITO DIFERENTE



Para **projetos especiais e branded content**, converse com a nossa equipe comercial.

DIGITAL ESPECIAL

Patrocinado

CONTEÚDO

Conteúdo produzido pela marca, publicado no site e distribuído via diária de home e impulsionamento.



Página do cliente no site da Tribuna.



Chamada na home.

Verificar mais informações com seu contato comercial.

STORY

Material de até 15" produzido pela marca, publicado no perfil da Tribuna no Instagram



Verificar mais informações com seu contato comercial.

TRIBUNA

CONTEÚDO, PARCERIA E TUDO NOVO



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

Anexo 2

(Favretto)

FAVRETTO

painéis

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

Mais de **40 anos** de história no PR e SC



Visibilidade e Impacto
como diferenciais.



Sistema de Métrica
Info 00H.



Pontos estudados e
aprovados por uma **equipe**
formada da Favretto.



Design de painéis
exclusivos e inovadores,
com **manutenção**
constante e **vitorias**
noturnas.



Empresa completa: **mais de**
1.500 faces, **mais de 10**
plataformas com variado
mix de produtos e grande
cobertura.

[ACESSE
O MAPA](#)

3.654.960
habitantes

CURITIBA
ERMC

JOINVILLE

590.466 habitantes

ITAJAÍ

223.112 habitantes

BALN.
CAMBORIÚ

108.089 habitantes

ITAPEMA

45.814 habitantes

SÃO JOSÉ

250.181 habitantes

ATUAÇÃO NO PARANÁ E EM SANTA CATARINA



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse <https://app.ideliasigner.com.br/validar/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

MÍDIA URBANA



FRONT LIGHT E TOP SIGHT

- Formatos: 6,00 x 3,00m / 3,50 x 5,00m
- Iluminação noturna
- Mais de 250 faces

📍 Curitiba e Região Metropolitana



PROTÓCOLO
Fls. 52
Dv. 3
INTEGRAÇÃO DO ESTADO

Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jacques. Para validar o documento e suas assinaturas
https://app.idesigner.com.br/validar/17444-B74c9-RUE-C5WQC

PAINEL DIGITAL

- Formatos: 3,00 x 6,00m / 6,00 x 3,00m
- Troca de material em tempo real
- 8 cotas por painel – 10 segundos cada
- 855 inserções diárias por cota

 Curitiba

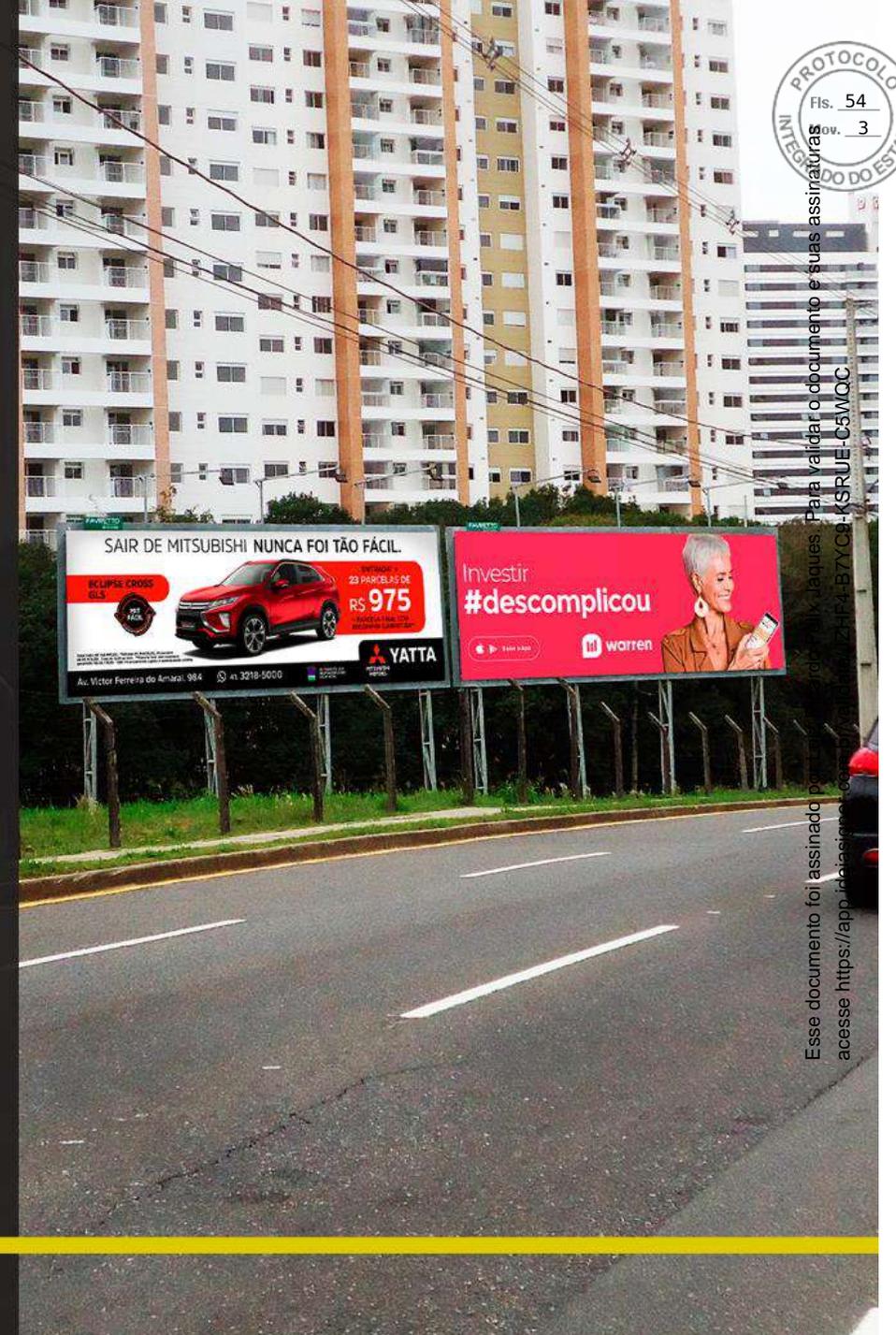


Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

OUTDOOR ILUMINADO

- Formato: 9,00 x 3,00m
- Mais de 250 faces
- Veiculação por bi semana

📍 Curitiba , Região Metropolitana
e Joinville (SC)



Esse documento foi assinado por Alexandre de Moraes, Juiz Federal, em Curitiba, Paraná, em 22/07/2022, às 17:40:00. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse <https://app.iniciativa.org.br/validarDocumento> com o código: ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e.

MUB

- Formato: 1,20 x 1,70m
- Design diferenciado
- Veiculação mensal

📍 Curitiba (PR), Balneário Camboriú (SC) e São José (SC)



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.idf.pr.sig.br.com.br/validar/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

- Paisagismo e arquitetura únicos
- Iluminação, formatos e campanhas diferenciadas com ambientação

 Curitiba e Joinville

PROJETOS ESPECIAIS



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com/validare/ZJH4-B7Y09-HSFUE-CYWOC>



PROJETOS ESPECIAIS

Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse <https://app.ideliasigner.com.br/validar/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Centro Batel
Água Verde

R. Cel. Dulcides



Dias Úteis
7h - 20h



PROJETOS ESPECIAIS

**NOVO
TIM CONTROLE**

8GB /MÊS
**+ CARTÃO
DE CRÉDITO
SEM ANUIDADE**

SUJEITO A ANÁLISE DE CRÉDITO

A PARTIR DE
R\$ 54,99 /MÊS



C6 BANK | TIM

VENHA PARA O TIM CONTROLE. BAIXE O APP DO C6 BANK E ABRA SUA CONTA.

FAVRETTO
3013-5753



Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse o aplicativo de validação em <https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e.



BUS ADS

- BusDoor, BackBus e envelopamento
- Veículos corporativos
- Circuitos personalizáveis

📍 Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul (demais Regiões do Brasil sob Consulta)



AEROPORTO

- As melhores e mais impactantes mídias no Aeroporto Internacional Afonso Pena
- Público qualificado
- Possibilidades de ações diferenciadas

 Curitiba

MIRAGIO
CACAPÉ

SUA INSPIRAÇÃO DIÁRIA.
O MAR À SUA FRENTE.

MIRAGIO.COM.BR | FLORIANÓPOLIS | Piemonte *prime*

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas
acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validar/3ZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

AEROPORTO



CLA 180.
Chegou sua hora de brilhar.

Mercedes-Benz
The best or nothing.

RS82.740,00 (entrada)
+36x RS1.852,98*

Taxa 0,79% a.m.*

DIVESA Curitiba - Londrina - Maringá - Cascavel

Seja gentil. Seja o trânsito seguro.



BOLETO DO ROLO

Hs. 62
Av. 3




Azul

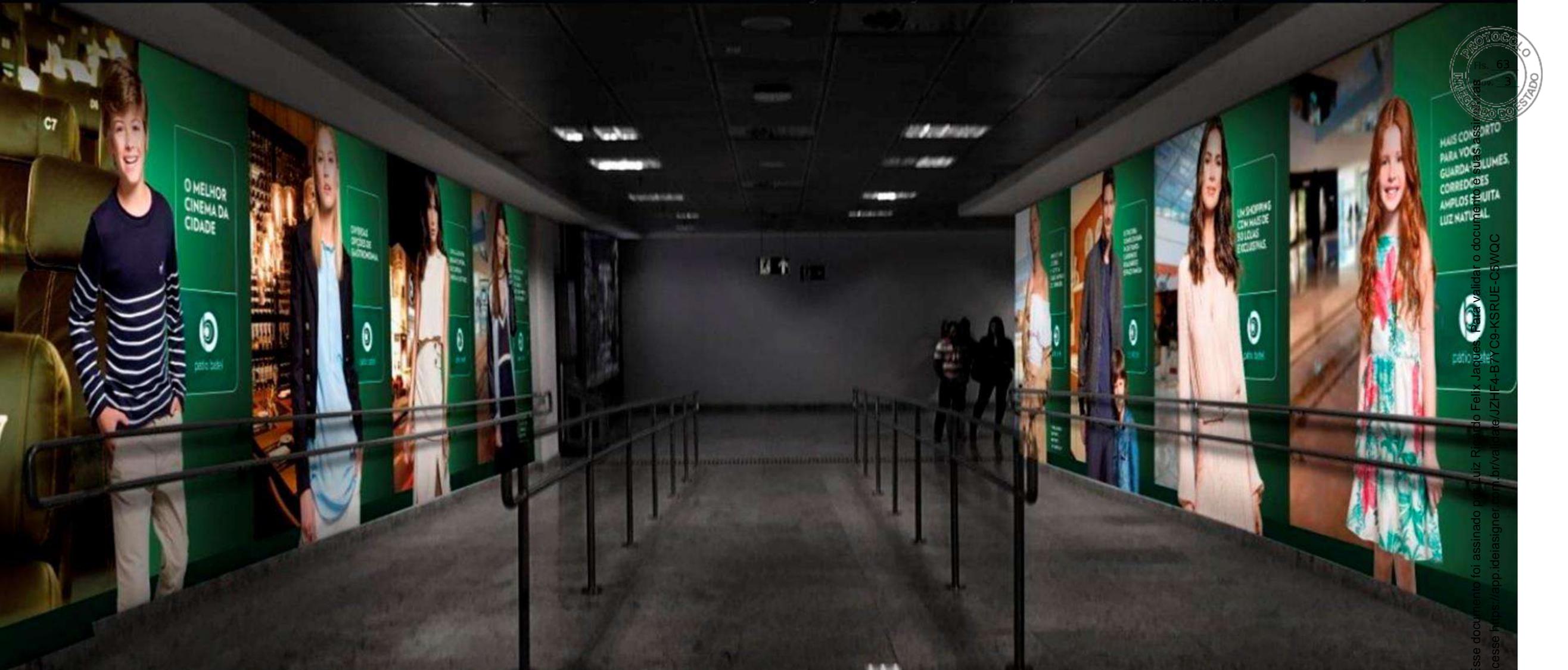
Assistência Especializada

AEROPORTO

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasinger.com.br/validar/JZHF4-B7YC9-1-RUE-CSWQC>



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse <https://app.ideliasigner.com.br/validar/JZHf4-B7Yc9-KSRUE-C5WQC>



AEROPORTO

VAMOS
COLIDERAR
UMA TRANSFORMAÇÃO.

POS

ESTUDE NA MELHOR
UNIVERSIDADE DO PARANÁ



AEROPORTO

MÍDIA RODOVIÁRIA

- Formato: 4,15 x 6,00m
- Mais de 200 faces.
- Painéis em concessões junto ao acostamento.

 Rodovias do PR e de SC



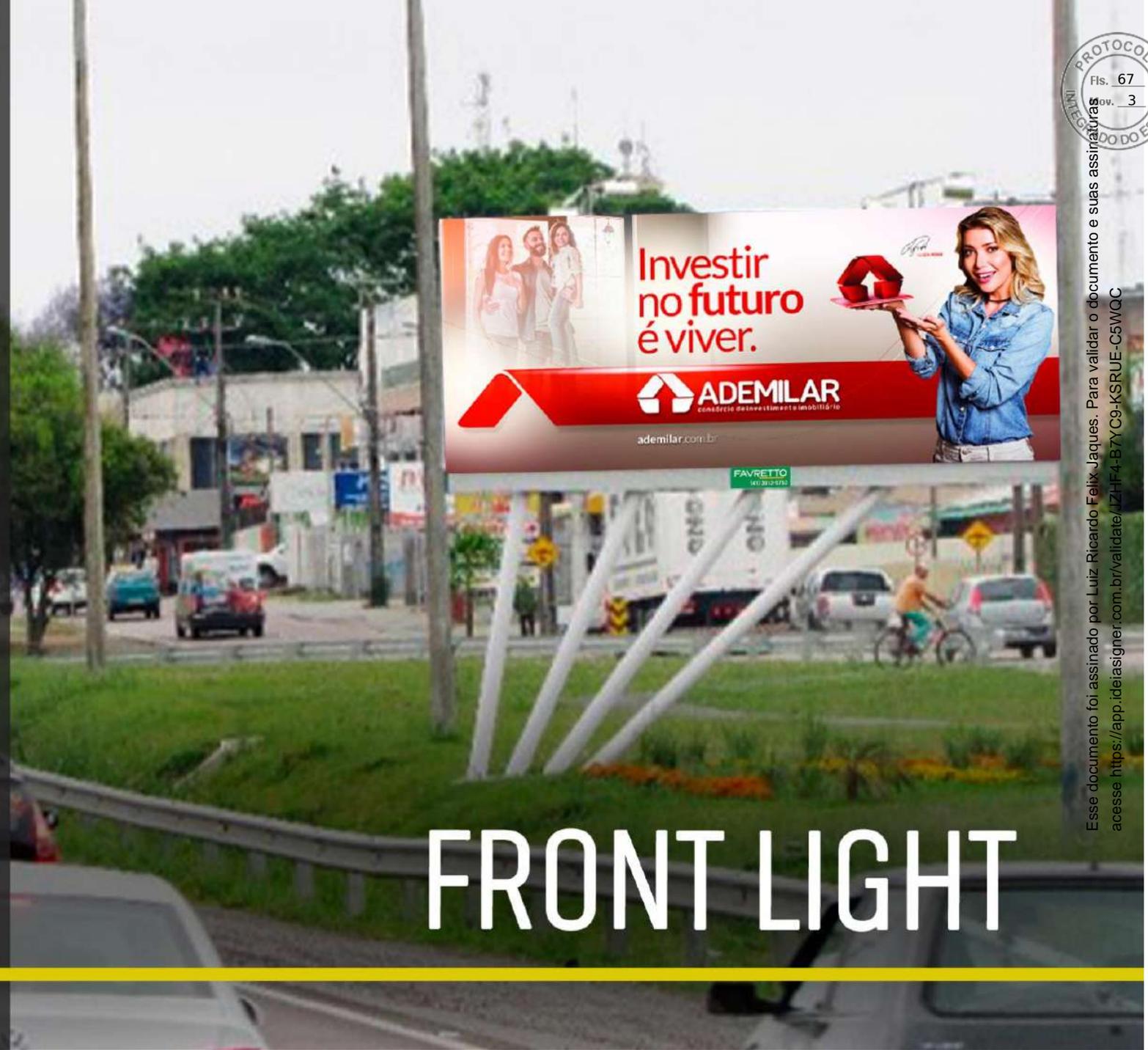
PAINEL VIP



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse <https://app.iderajsgnet.com.br/validar/JZHF4-B7Y09-KSRUE-CSWQC>

- Formatos: 7,50 x 3,00m / 9,00 x 4,00m
- Mais de 20 faces
- Iluminação noturna

 Rodovias do PR e de SC



FRONT LIGHT

- Formatos: 30,00 x 6,00m / 20,00 x 5,00m;
- Mais de 25 faces
- Iluminação noturna

 Rodovias do PR e de SC



MEGA PAINEL



COMUNICAÇÃO VISUAL

COMUNICAÇÃO VISUAL

- Impressão digital de alta qualidade em diversos formatos para OOH
- Distribuição nacional
- Confecção de estruturas dos painéis
- Criação de layouts com equipe de Designers especializados

📍 Sede em Curitiba



Assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e sua assinatura, acesse o endereço: <https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e.

FAVRETTO

painéis

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-CSWQC>

Anexo 3

(Grupo Expansão)

	CIDADE	JORNAL	PERÍODO	Valores cm/col (em reais)		Acréscimo de cor	Tiragem exemplares	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS													
				INDETERMINADO	CLASSIFICADOS			INDETERMINADO							CLASSIFICADOS						
								Altura	Largura	01 col.	02 col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.	01col.	02 col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.
DIÁRIOS RS	PANAMBI	A NOTÍCIA DO VALE	3as a Sexta	59,00	55,00	30%	4.500	34,5	25,5	3,9	8,2	12,5	16,9	21,2	25,5	3,9	8,2	12,5	16,9	21,2	25,5
	PELOTAS	DIÁRIO DA MANHÃ	2as a Sab/Dom	49,00	30,50	30%	10.000	34,0	25,0	4,8	9,8	14,8	19,8	25,0	-	4,8	9,8	14,8	19,8	25,0	-
	URUGUAIANA	JORNAL CIDADE	3as a Sábado	64,00	64,00	30%	1.900	35,5	26,0	4,0	8,4	12,8	17,2	21,6	26,0	-	-	-	-	-	-
BISSEMANAIS	ALEGRETE	JORNAL EM QUESTÃO (edição digital)	4as e Sábados	25,00	18,00	30%	1.500	36,0	26,0	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-
	DOM PEDRITO	JORNAL PONCHE VERDE (edição digital)	4as e Sextas	15,00	15,00	30%	1.500	34,0	26,0	4,0	8,5	13,0	17,0	21,5	26	4,0	8,5	13,0	17,0	21,5	26
	SANTA ROSA	GAZETA REGIONAL	4as e Sábados	27,00	27,00	35%	4.000	34,0	26,0	4,0	8,5	12,8	17,0	22,0	26,0	4,0	8,5	12,8	17,0	22,0	26,0
	SANTO ANGELO	JORNAL DAS MISSÕES	4as e Sábados	48,40	38,50	30%	7.500	34,5	26,5	5,0	10,5	15,5	21,0	26,5	-	5,0	10,5	15,5	21,0	26,5	-
SEMANAIS	ALEGRETE	GAZETA ALEGRETE	Sábados	15,00	15,00	30%	2.000	34,0	26,0	4,8	10,1	15,4	20,7	26,0	-	4,8	10,1	15,4	20,7	26,0	-
	ARROIO GRANDE	CORREIO DO SUL	Sextas-feiras	25,00	25,00	30%	1.000	35,0	26,5	4,0	8,5	13,0	17,5	22,0	26,5	4,0	8,5	13,0	17,5	22,0	26,5
	BOA VISTA DO BURICÁ	TRIBUNA BOAVISTENSE	Sextas-feiras	20,00	20,00	35%	2.500	34,0	26,0	4,0	8,5	12,8	17,0	22,0	26	4,0	8,5	12,8	17,0	22,0	26
	BUTIÁ	BUTIÁ NOTÍCIAS	Sexta/Sabado	34,34	34,34	35%	1.500	34,0	26,0	3,5	7,6	11,7	15,8	19,9	26,0	3,5	7,6	11,7	15,8	19,9	24,0
	CACEQUI	GAZETA DOS PAMPAS	Sextas-feiras	17,00	17,00	35%	4.000	36,0	26,0	4,0	8,4	12,8	17,2	21,6	26	4,0	8,4	12,8	17,2	21,6	26
	CACHOEIRA DO SUL	A NOTÍCIA	Sábados	64,00	64,00	30%	3.000	35,0	26,0	4,0	8,4	12,8	17,2	21,7	26,0	-	-	-	-	-	-
	CANDELÁRIA	FOLHA DE CANDELARIA	Sextas-feiras	21,50	21,50	30%	3.500	34,0	26,0	4,8	10,3	15,4	20,7	26,0	-	4,8	10,3	15,4	20,7	26,0	-
	CAPÃO DA CANOA	A FOLHA DO LITORAL	Quintas-feiras	35,47	35,47	30%	5.000	36,0	26,1	4,9	10,2	15,5	20,8	26,1	-	4,9	10,2	15,5	20,8	26,1	-
	CRISSIUMAL	O COLONIAL	Sextas-feiras	20,00	20,00	35%	2.500	34,0	26,0	4,0	8,5	12,8	17,0	22,0	26,0	4,0	8,5	12,8	17,0	22,0	26,0
	FREDERICO WESTPHALEN	FOLHA DO NOROESTE	Sextas-feiras	23,00	23,00	30%	5.000	35,0	26,0	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-
	GUAPORÉ	INFORMATIVO REGIONAL	Sextas-feiras	11,00	11,00	35%	1.000	35,0	26,0	4,8	10,0	15,4	20,7	26,0	-	4,8	10,0	15,4	20,7	26,0	26
	GUARANI DAS MISSÕES	COMUNICADOR REGIONAL	Sextas-feiras	16,06	16,06	30%	1.500	35,0	26,0	3,9	8,3	12,8	17,1	21,6	26,0	-	-	-	-	-	-
	IBIRUBÁ / CRUZ ALTA	TRIBUNA DAS CIDADES	Sextas-feiras	40,60	40,60	30%	3.800	35,0	26,0	3,9	8,3	12,8	17,2	21,6	26	-	-	-	-	-	-
	ITAQUI	FOLHA DE ITAQUÍ	Sextas-feiras	15,00	15,00	30%	2.000	36,0	26,0	4,3	8,6	12,9	17,3	21,6	26	4,3	8,6	12,9	17,3	21,6	26
	LAGOA VERMELHA	FOLHA DO NORDESTE	Sextas-feiras	42,90	42,90	30%	2.000	34,5	26,0	4,0	8,4	12,8	17,2	21,5	26	4,0	8,4	12,8	17,2	21,5	26,0
	MACHADINHO	FOLHA DA CLUB	Quartas-feiras	50,00	50,00	30%	1.000	36,0	26,0	4,8	9,6	14,4	19,2	26,0	-	4,8	9,6	14,4	19,2	26,0	-
MARAU	JORNAL DE MARAU	Sextas-feiras	18,00	17,00	30%	4.000	36,0	26,0	4,8	9,6	14,4	19,2	26,0	-	4,8	9,6	14,4	19,2	26,0	-	

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

	CIDADE	JORNAL	PERÍODO	Valores cm/col (em reais)				Acréscimo de cor	Tiragem exemplares	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS											
				INDETERMINADO	CLASSIFICADOS	INDETERMINADO						CLASSIFICADOS									
						Altura	Largura			01 col.	02 col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.	01 col.	02 col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.
SEMANAIS	NOVA PRATA	CORREIO LIVRE	Quintas-feiras	29,00	29,00	30%	2.500	35,0	26,0	4,8	10,2	15,3	20,4	26,0	-	4,8	10,2	15,3	20,4	26,0	-
	PALMEIRA DAS MISSÕES	TRIBUNA DA PRODUÇÃO	Sextas-feiras	38,70	38,70	30%	2.000	34,5	26,0	4,1	8,4	12,8	17,2	21,6	26,0	4,1	8,4	12,8	17,2	21,6	26,0
	RIO PARDO	JORNAL DE RIO PARDO	Sextas-feiras	44,64	44,64	35%	2.500	34,0	26,0	4,8	10,2	15,3	20,6	26,0	-	3,5	7,6	11,7	15,8	19,9	24
	SANTA BÁRBARA DO SUL	JORNAL MINUANO	Sextas-feiras	30,00	30,00	35%	1.500	34,0	26,0	4,0	8,5	12,5	17,0	21,5	26,0	4,0	8,5	12,5	17,0	21,5	26,0
	S. LIVRAMENTO	CORREIO DO PAMPA	Sabados	65,00	22,00	30%	4.000	35,5	26,0	4,0	8,4	12,8	17,2	21,6	26,0	4,0	8,4	12,8	17,2	21,6	26,0
	SANTIAGO	A FOLHA	Sextas-feiras	29,45	29,45	30%	8.000	34,0	26,0	3,7	8,2	12,7	17,2	21,7	26	3,7	8,2	12,7	17,2	21,7	26
	SANTO AUGUSTO	JORNAL O CELEIRO	Sextas-feiras	55,00	55,00	30%	3.000	35,0	26,0	3,9	8,3	12,7	17,2	21,6	26	3,9	8,3	12,7	17,2	21,6	26
	SÃO PEDRO DO SUL	JR. REGIONAL AGUAS DA SERRA	Quintas-feiras	21,50	21,50	30%	4.000	35,5	26,0	4,9	10,2	15,5	20,8	26,0	-	4,9	10,2	15,5	20,8	26,0	-
	SOLEDADE	INFORMATIVO REGIONAL	Sextas-feiras	25,00	25,00	35%	5.000	34,5	26,0	3,9	8,3	12,7	17,2	21,6	26	3,9	8,3	12,7	17,2	21,6	26
	TRÊS PASSOS	JORNAL ATOS & FATOS	Sextas-feiras	34,20	34,20	30%	1.500	34,5	26,0	4,0	8,3	12,7	17,1	21,5	26,0	4,0	8,3	12,7	17,1	21,5	26,0
MESNALS / QUINZENAL	BENTO GONÇALVES	JORNAL INTEGRAÇÃO DA SERRA (edição digital)	QUINZENAL	32,00	-	30%	4.000	35,0	25,4	5,9	12,4	18,9	25,4	-	-	-	-	-	-	-	-
	FREDERICO WESTPHALEN	JORNAL RS NORTE	MENSAL	32,00	-	35%	5.000	34,0	26,0	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-	-	-	-	-	-	-
	FREDERICO WESTPHALEN	JORNAL LUZ E ALEGRIA (edição digital)	MENSAL	50,00	-	30%	30.000	36,0	26,0	4,8	9,6	14,4	19,2	26,0	-	-	-	-	-	-	-

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHf4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

	CIDADE	JORNAL	PERÍODO	Valores cm/col (em reais)				Acréscimo de cor	Tiragem exemplares	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS																		
				INDETERMINADO		CLASSIFICADOS				INDETERMINADO							CLASSIFICADOS											
				DIA ÚTIL	DOMINGO	DIA ÚTIL	DOMINGO			Altura	Largura	01 col.	02 col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.	01col.	02col.	03 col.	04 col.	05 col.	06 col.	07 col.	08 col.	09 col.	10 col.	
JORNAL DIÁRIOS Paraná	CASCADEL	O PARANÁ	3as a Sab/Dom	56,40	56,40	19,90	19,90	30%	30.800	39,0	24,6	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	-	3,8	7,8	12,2	16,4	20,5	24,6	-	-	-	-	
	CASCADEL	JORNAL HOJE NEWS	3as a Sexta	72,60	-	-	-	30%	21.200	23,0	18,0	5,6	11,7	18,0	-	-	-	5,6	11,7	18,0	-	-	-	-	-	-	-	
	CAMPO MOURÃO	A TRIBUNA	3as a Domingo	44,16	59,89	16,33	18,87	30%	13.740	53,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	2,7	5,7	8,7	11,7	14,7	17,7	20,7	23,7	26,7	29,7	
	FOZ DO IGUAÇU	GAZETA DO IGUAÇU	2as a Sab/Dom	49,00	51,00	24,00	26,00	30%	12.246	34,0	25,5	4,0	8,2	12,5	16,8	21,1	25,5	4,0	8,2	12,5	16,8	21,1	25,5	-	-	-	-	
	MARINGÁ	DIÁRIO DO NORTE	3as a Domingo	82,00	99,00	22,00	25,00	30%	15.000	52,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	2,7	5,7	8,7	11,7	14,7	17,7	20,7	23,7	26,7	29,7	
	PARANAGUÁ	FOLHA DO LITORAL	3as a Domingo	30,67	37,57	14,00	17,00	30%	8.000	35,0	27,0	4,1	8,7	13,3	17,8	22,4	27,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PARANAVAÍ	DIARIO DO NOROESTE	3as a Domingo	71,00	84,00	26,00	28,00	30%	6.000	54,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	PONTA GROSSA	DIARIO DOS CAMPOS	3as a Sexta/Dom	66,71	79,98	40,00	42,00	30%	10.000	52,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	2,7	5,7	8,7	11,7	14,7	17,7	20,7	23,7	26,7	29,7	
	SANTO AUGUSTO	JORNAL DO OESTE	3as a Domingo	62,37	68,61	22,45	24,95	30%	9.960	53,0	29,7	4,6	9,6	14,6	19,6	24,6	29,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	UMUARANA	TRIBUNA DO POVO	3as a Domingo	28,00	32,00	11,00	13,00	30%	15.000	38,0	26,0	5,0	10,2	15,3	20,7	26,0	-	4,0	8,5	12,8	17,3	21,5	26,0	-	-	-	-	
MATO GROSSO DO SUL																												
	CAMPO GRANDE	O ESTADO	2as a Sababo	56,17	-	-	-	35%	5.000	34,0	26,0	5,0	10,0	15,0	20,0	26,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Razão Social : Executiva Comunicações e Representações Ltda.
Av. dos Gaúchos, 760 - Cep. 91.110-090 - Porto Alegre/RS
Cnpj: 93.786.085/0001-66 / Insc Estadual : Isenta
Fone : 51 - 3340.1408 - 3340.1460
E-mail : expansaoonline@terra.com.br

Tipo de material :E-mail ou CD.
Formato de material : JPG (300 dpi) ou PDF

Cancelamento de anúncio reservados até as 16h

Anúncios determinados, acrescer 50% sobre o valor Indeterminado.
Encartes, Publicidade Legal, anúncios de capa e contra capa :sob consulta
Acréscimo de cor : conforme planilha acima.

Prazo de Reserva e entrega de anúncio : sob consulta

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Anexo 4

(Valor Econômico)

TABELA DE PREÇOS

ECONÔMICO
Valor

VERSÃO 01 - VÁLIDA A PARTIR DE 01/01/2022.

“Os negócios realizados entre Anunciantes e este Veículo de Comunicação, intermediados ou não por agências de publicidade, são regidos pela Lei Federal 4.680/65, pelo Decreto nº 57.690/66, pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária e por todas as demais normas e leis aplicáveis, inclusive e especialmente, no que diz respeito à remuneração das Agências por meio do desconto fixado por este Veículo, segundo o que dispõe o parágrafo único do art. 11 da Lei 4.680/65, e em relação ao faturamento conforme previsto no art. 15 do Decreto 57.690/66”.

CAPAS	VALOR - CM/COL
CADERNO 1	R\$ 8.513,00
CADERNO EMPRESAS E FINANÇAS	R\$ 1.799,00
BRANDED CONTENT	Tabela + 30% do valor com custo básico de produção incluso*: texto padrão e foto de banco de imagem e/ou disponibilizada pelo cliente.

*Não inclui viagens, produções fotográficas em estúdio, ilustrações e infográficos.

EDITORIAS	VALOR - CM/COL
BRASIL E INTERNACIONAL / FINANÇAS / EMPRESAS / SUPLEMENTOS	R\$ 1.334,00
EU&FIM DE SEMANA	R\$ 820,00
REGIONAL SÃO PAULO	R\$ 674,00
REGIONAL RIO DE JANEIRO	R\$ 362,00

ENCARTES*	CUSTO POR MILHEIRO (R\$)
2 PÁGINAS	R\$ 1.439,00
4 PÁGINAS	R\$ 2.038,00
6 PÁGINAS	R\$ 2.518,00
8 PÁGINAS	R\$ 2.878,00
10 PÁGINAS	R\$ 3.117,00

*Formato máximo 28 x 25 cm | Encartes acima de 10 páginas, sob consulta | Manuseio do encarte: R\$ 195,00 CPM

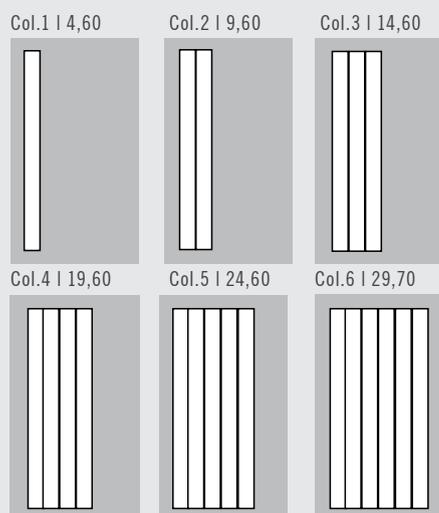
FORMATOS

Noticiário

Altura da página: 52cm

Lombada: 2cm

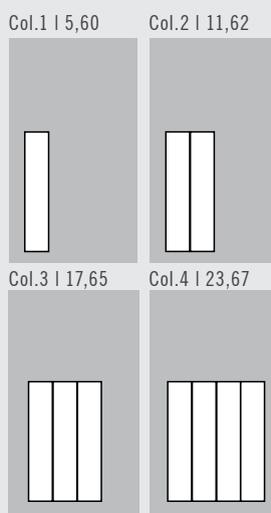
Largura das colunas (cm)



Capa do 1º Caderno

Altura máx. comercializada: 26cm

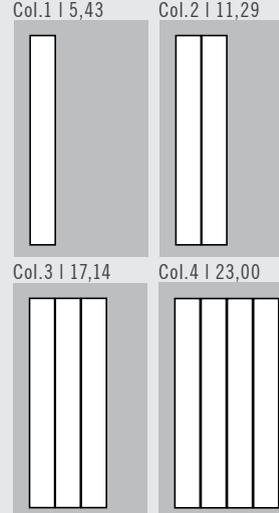
Largura das colunas (cm)



EU & Fim de Semana

Altura da página: 26cm

Largura das colunas (cm)



Observações gerais: Comunicado / Expressão de Opinião / Informe Publicitário: 35% de acréscimo. • Colocação determinada: 30% de acréscimo. • Circulação nacional de 2ª a 6ª feira (exceto feriados nacionais). • Formato diferenciado: sob consulta. • Não pode ser aplicado desconto sobre o custo do manuseio dos encartes. • Colocação determinada 30% de acréscimo. • Anúncios assinados por mais de uma empresa - Razão Social. Logomarca ou Nome Fantasia - Consultar o Departamento Comercial • Todos os materiais estão sujeitos a aprovação do conteúdo e reservamos-nos ao direito de não publicar materiais que não estejam alinhados com nossas políticas comerciais ou corporativas.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Anuário (Valor 1000)



PÁGINA	VALOR
1 PÁGINA INDETERMINADA	R\$ 152.144,00
PÁGINA DUPLA	R\$ 304.409,00
2ª CAPA + PÁG.3	R\$ 347.929,00
3ª CAPA	R\$ 159.457,00
4ª CAPA	R\$ 188.472,00

Outros anuários (Valor Carreira, Executivo, Grandes Grupos, Inovação Brasil)

PÁGINA	VALOR
1 PÁGINA INDETERMINADA	R\$ 121.571,00
PÁGINA DUPLA	R\$ 243.263,00
2ª CAPA + PÁG.3	R\$ 291.940,00
3ª CAPA	R\$ 133.801,00
4ª CAPA	R\$ 158.018,00

FORMATOS

Medidas dos materiais



Página Dupla
Altura: 26,6 cm
Largura: 40,4 cm



Página simples
Altura: 26,6 cm
Largura: 20,2 cm



1/2 página
Altura: 13,3 cm
Largura: 20,2 cm

Verificar se há necessidade de compensações na dobra da lombada | 5 mm sangria | Reservar 3 mm internos sem texto.

Formatos de fechamento de arquivo

PDF (preferencialmente)

- Com fontes embutidas
- Imagens em CMYK 300 dpi
- Marcas de Corte e Registro

- Sangria de 5 mm em cada lateral externa
- Overprint em todos os textos de cor preta

EPS Composite (CMYK)

- Mesma configuração do PDF

TIFF Sem a compressão LWZ

- Mesma configuração do PDF

Observações: Circulação nacional. • Formato diferenciado: sob consulta. • Não pode ser aplicado desconto sobre o custo do manuseio dos encartes. • Colocação determinada 30% de acréscimo. • Anúncios assinados por mais de uma empresa - Razão Social. Logomarca ou Nome Fantasia - Consultar o Departamento Comercial • Todos os materiais estão sujeitos a aprovação do conteúdo e reservamo-nos ao direito de não publicar materiais que não estejam alinhados com nossas políticas comerciais ou corporativas.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Revistas

(Especial, Estado, Financeiro, Investe, Regiões Metropolitanas, Setorial)



PÁGINA	VALOR
1 pág. Indeterminada	R\$ 113.779,00
Página Dupla	R\$ 227.557,00
2ª capa + pág.3	R\$ 270.478,00
3ª capa	R\$ 123.131,00
4ª capa	R\$ 149.267,00

Valor de produção de conteúdo sob consulta.

FORMATOS

Medidas dos materiais



Página Dupla
Altura: 26,6 cm
Largura: 40,4 cm



Página simples
Altura: 26,6 cm
Largura: 20,2 cm



1/2 página
Altura: 13,3 cm
Largura: 20,2 cm

Vericar se há necessidade de compensações na dobra da lombada | 5 mm sangria | Reservar 3 mm internos sem texto.

Formatos de fechamento de arquivo

PDF (preferencialmente)

- Sangria de 5 mm em cada lateral externa
- Com fontes embutidas
- Overprint em todos os textos de cor preta
- Imagens em CMYK 300 dpi
- Marcas de Corte e Registro

EPS Composite (CMYK)

- Mesma configuração do PDF

TIFF Sem a compressão LWZ

- Mesma configuração do PDF

Observações: Circulação nacional • Formato diferenciado: sob consulta. • Não pode ser aplicado desconto sobre o custo do manuseio dos encartes. • Colocação determinada 30% de acréscimo. • Anúncios assinados por mais de uma empresa - Razão Social. Logomarca ou Nome Fantasia - Consultar o Departamento Comercial • Todos os materiais estão sujeitos a aprovação do conteúdo e reservamo-nos ao direito de não publicar materiais que não estejam alinhados com nossas políticas comerciais ou corporativas.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Publicidade Legal (Atos legais)



MERCADOS	VALOR - CM/COL
NACIONAL	R\$ 1.104,00
REGIONAL SÃO PAULO	R\$ 448,00
REGIONAL RIO DE JANEIRO	R\$ 238,00

Licitações

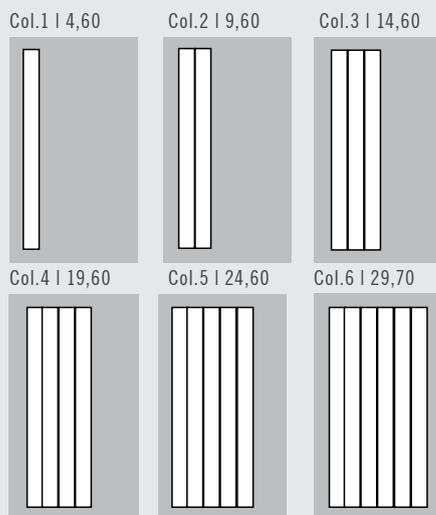
MERCADOS	VALOR - CM/COL
NACIONAL	R\$ 701,00
REGIONAL SÃO PAULO	R\$ 278,00
REGIONAL RIO DE JANEIRO	R\$ 151,00

FORMATOS

Noticiário

Altura da página: 52cm
Lombada: 2cm

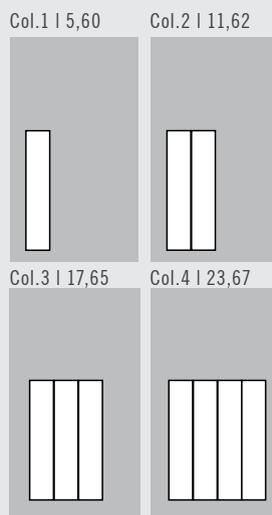
Largura das colunas (cm)



Capa do 1º Caderno

Altura máx. comercializada: 26cm

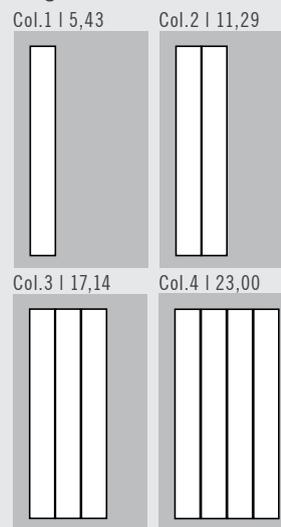
Largura das colunas (cm)



EU& Fim de Semana

Altura da página: 26cm

Largura das colunas (cm)



Observações gerais: Colocação determinada: 30% de acréscimo. Formato diferenciado: sob consulta. Anúncios em cores: 30% de acréscimo.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Horários de Fechamento



Posição	Dia de Publicação	Autorização, Reservas e Cancelamento	Entrega de Material
Primeiro Caderno (A)	Segunda a Sexta-feira	Véspera/18h	Véspera/20h
Segundo Caderno (B)	Segunda a Sexta-feira	Véspera/18h	Véspera/20h
Finanças (C)	Segunda a Sexta-feira	Véspera/18h	Véspera/19h
Legislação (E)	Segunda a Sexta-feira	Véspera/18h	Véspera/19h
EU& Fim de Semana (D)	Sexta-feira	Terça-feira/18h	Quarta-feira/15h
Anuários	Variável	20 dias antes da publicação	10 dias antes da publicação
Revistas	Variável	20 dias antes da publicação	10 dias antes da publicação
Suplementos*	Variável	7 dias antes da publicação	2 dias antes da publicação

* Para a publicação do suplemento, é necessária a viabilização comercial com 20 dias de antecedência da publicação

Obs.: Para publicação de balanços, o horário de fechamento é diferenciado devido ao volume de página das edições. Consulte sempre o departamento comercial para mais informações.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Formatos Diferenciados*



Sobrecapa Total	Dias úteis	Domingo
-	Sob Consulta	Sob Consulta

Página 1
Formato: 29,7cm x 45cm
Obs: Teremos a cabeça com a marca do Jornal, a data do dia e a frase "CAPA PUBLICITÁRIA" (colocada pela Editora Globo).

Páginas 2 e 3
Duas páginas simples: 29,7cm x 52cm
ou uma página dupla: 61,4cm x 52cm

Página 4
Formato: 29,7 x 52cm
Aplicar palavra "PUBLICIDADE" em cima do anúncio centralizado, dentro do formato de 29,7 x 52,0. Fonte: TIMES NEW ROMAN, corpo 12, Caixa alta
Obrigatório o uso: capa promocional na arte.



Sobrecapa Macarrão (página solta)	Dias úteis	Domingo
-	Sob Consulta	Sob Consulta

Página 1
Formato: 29,7cm x 45cm
Obs: Teremos a cabeça com a marca do Jornal, a data do dia e a frase "CAPA PUBLICITÁRIA" (colocada pela Editora Globo)

Página 2
Página simples: 29,7cm x 52cm

Sobrecapa Falsa (conectada ao caderno principal)	Dias úteis	Domingo
-	Sob Consulta	Sob Consulta

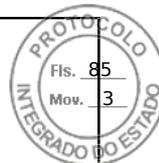
Página 1
Formato: 29,7cm x 45cm
Obs: Teremos a cabeça com a marca do Jornal, a data do dia e a frase "CAPA PUBLICITÁRIA" colocada pela Editora Globo.

Página 2
Página simples: 29,7cm x 52cm



Ministério da Economia
Secretaria de Governo Digital
Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração
Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)



NIRE (da sede ou filial, quando a sede for em outra UF)

43205675951

Código da Natureza Jurídica

2062

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

1 - REQUERIMENTO

ILMO(A). SR.(A) PRESIDENTE DA Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

Nome: ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA

(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

Nº FCN/REMP



RSN2155459399

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1	002			ALTERACAO
		021	1	ALTERACAO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL)
		051	1	CONSOLIDACAO DE CONTRATO/ESTATUTO
		2247	1	ALTERACAO DE CAPITAL SOCIAL

PORTO ALEGRE

Local

28 Abril 2021

Data

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:

Nome: _____

Assinatura: _____

Telefone de Contato: _____

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL

DECISÃO SINGULAR

DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) igual(ais) ou semelhante(s):

SIM

SIM

Processo em Ordem À decisão

_____/_____/_____
Data

NÃO

_____/_____/_____
Data

Responsável

NÃO

_____/_____/_____
Data

Responsável

Responsável

DECISÃO SINGULAR

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

_____/_____/_____
Data

Responsável

DECISÃO COLEGIADA

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

_____/_____/_____
Data

Vogal

Vogal

Vogal

Presidente da _____ Turma

OBSERVAÇÕES



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.

CARLOS GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 1/12

Assinatura Simples realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasjgr.com.br/validar>



JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO RIO GRANDE DO SUL

Registro Digital



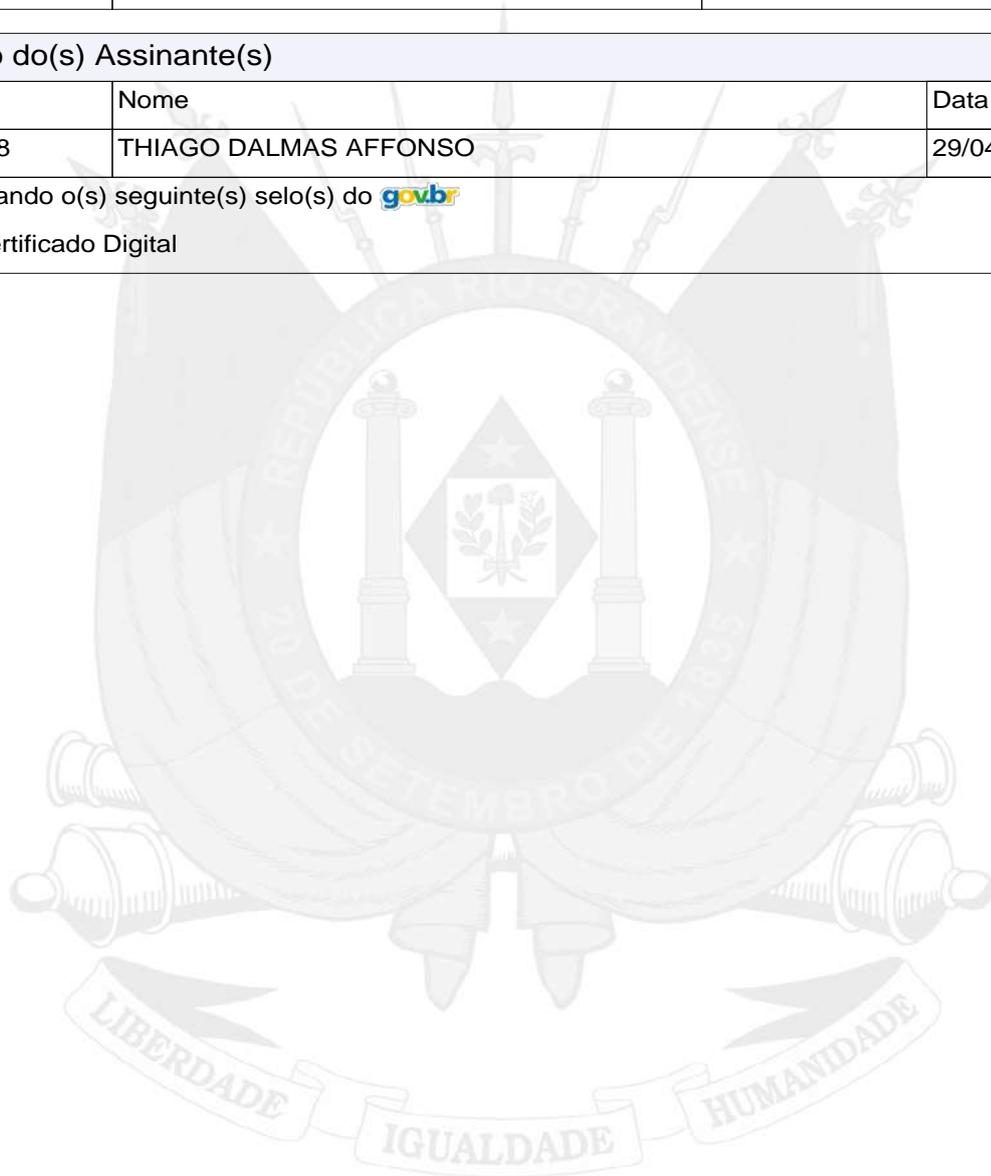
Capa de Processo

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/135.542-9	RSN2155459399	28/04/2021

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
001.327.450-38	THIAGO DALMAS AFFONSO	29/04/2021

Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do

Selo Ouro - Certificado Digital



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.idesigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.

CARLOS GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 2/12

Assinatura Simples realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.

ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO

JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA - EPP
CNPJ: 07.895.771/0001-33
NIRE 43.205.675.951

LUIZ RICARDO FELIX JAQUES, brasileiro, solteiro, nascido no município de Porto Alegre, em 10/06/1975, administrador, portador da CI nº 1062492382 SSP/RS e do CPF nº 727.616.010-68, residente e domiciliado na Rua Nicola Mathias Falci, nº 151, Apto 612, bairro Jardim do Salso, em Porto Alegre - RS, CEP 91.410-330.

THIAGO DALMAS AFFONSO, brasileiro, empresário, divorciado, nascido no município de Porto Alegre, em 10/03/1982, portador da CI nº 3077310435 SSP/RS e do CPF nº 001.327.450-38, residente e domiciliado na Av. Senador Salgado Filho, nº 8500, Lote AF07, bairro Querência, em Viamão - RS, CEP 94.440-000.

Ambos sócios da sociedade limitada, que gira sob a denominação social JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, sediada em Porto Alegre-RS, na Rua Barão do Amazonas, nº 426, conjunto 301, bairro Petrópolis, CEP 90.670-000, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 07.895.771/0001-33, com seus atos constitutivos devidamente registrados e arquivados na Junta Comercial do Rio Grande do Sul, sob nº 43.205.675.951, em 21 de março de 2006 e posteriores alterações, resolvem, de comum acordo, alterar e consolidar o contrato social, o que fazem na seguinte forma:

I. DAS ALTERAÇÕES DO CONTRATO SOCIAL

1 – Altera-se a Cláusula Sexta relativa ao capital social da sociedade. O capital social que era de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), é elevado neste ato para R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), divididos em 500.000 (quinhentas mil) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada cota, cujo aumento é integralizado neste ato, através de parte das reservas de lucros acumulados da sociedade, conforme saldo credor na conta Lucros Acumulados, demonstrado no Balanço Patrimonial encerrado em 31/12/2020. Em face às alterações, fica assim o novo capital social distribuído entre os sócios.

NOME	Nº DE QUOTAS	VALOR R\$
LUIZ RICARDO FELIX JAQUES	250.000	250.000,00
THIAGO DALMAS AFFONSO	250.000	250.000,00
TOTAL	500.000	500.000,00

II. DA CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL

Após a alteração acima retratada, os sócios quotistas resolvem CONSOLIDAR o CONTRATO SOCIAL, substituindo todas as disposições contratuais anteriores pelas que se seguem, o qual passa a vigorar com as seguintes cláusulas:



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral.
Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.

CARLOS VICENTE BERNARDONI GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 3/12

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUJE>

C5WQC

CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO
ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ: 07.895.771/0001-33
NIRE 43.205.675.951

LUIZ RICARDO FELIX JAQUES, brasileiro, solteiro, nascido no município de Porto Alegre, em 10/06/1975, administrador, portador da CI nº 1062492382 SSP/RS e do CPF nº 727.616.010-68, residente e domiciliado na Rua Nicola Mathias Falci, nº 151, Apto 612, bairro Jardim do Salso, em Porto Alegre - RS, CEP 91.410-330.

THIAGO DALMAS AFFONSO, brasileiro, empresário, divorciado, nascido no município de Porto Alegre, em 10/03/1982, portador da CI nº 3077310435 SSP/RS e do CPF nº 001.327.450-38, residente e domiciliado na Av. Senador Salgado Filho, nº 8500, Lote AF07, bairro Querência, em Viamão - RS, CEP 94.440-000.

Constituem uma sociedade empresária limitada, mediante as seguintes cláusulas:

Cláusula Primeira - A sociedade adotará o nome empresarial de ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.

Parágrafo Único – A sociedade terá como nome fantasia ENGENHO DE IDEIAS.

Cláusula Segunda – A sociedade tem sede e foro em Porto Alegre, Estado do Rio Grande do Sul, na Avenida Ipiranga, nº 7464, bairro Jardim Botânico, conjunto 1003, 1005 e 1007, CEP 91530-000, e mantém filial nº 1 na Rua 1822, nº 330, Sala 02, Centro, Balneário Camboriú – SC, assim como filial nº 2 na Avenida Itália, nº 482, Conj. 501, São Pelegrino, Caxias do Sul - RS.

Cláusula Terceira – A sociedade poderá, a qualquer tempo, abrir filiais no país ou fora dele.

Cláusula Quarta – O objeto social da sociedade é: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, BEM COMO TODAS AS ATIVIDADES COMPLEMENTARES E VINCULADAS À ATIVIDADE PRINCIPAL E SERVIÇOS DE CRIAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E MANUTENÇÃO DE WEBSITES.

Cláusula Quinta - A sociedade iniciará suas atividades em 01/02/2006 e seu prazo de duração é indeterminado.

Cláusula Sexta - O capital social é de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) divididos em 500.000 (quinhentas mil) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada, totalmente subscrita e integralizadas neste ato, em moeda corrente do País pelos sócios:

NOME	Nº DE QUOTAS	VALOR R\$
LUIZ RICARDO FELIX JAQUES	250.000	250.000,00
THIAGO DALMAS AFFONSO	250.000	250.000,00
TOTAL	500.000	500.000,00

Parágrafo 1º: Os sócios são obrigados ao cumprimento da forma e prazo previstos para a integralização de suas quotas, e aquele que deixar de fazê-lo deverá ser notificado imediatamente e no prazo de 30 (trinta) dias da notificação pela sociedade, responderá perante esta pelo pagamento de mora.



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral.
Para validar este documento, acesse <http://juicisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.

CARLOS VICENTE BERNARDONI GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 4/12

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUJE>

C5WQC

Parágrafo 2º: Verificada a mora, poderão, por decisão majoritária, os demais sócios tomarem para si ou transferir para terceiros a quota do sócio remisso, excluindo o primitivo titular e devolvendo-lhe o que houver pagado, deduzidos os juros de mora, as prestações não cumpridas e mais despesas se houver.

Parágrafo 3º: A cessão total ou parcial de quota, sem a correspondente modificação do contrato social com o consentimento dos demais sócios, não terá eficácia quanto a estes e à sociedade.

Parágrafo 4º: Uma vez constituída a sociedade, o sócio que venha a ser admitido não se exime das dívidas sociais anteriores à sua admissão.

Cláusula Sétima - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do(s) outro(s) sócio(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão, a alteração contratual pertinente.

Cláusula Oitava - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Parágrafo Único: A sociedade reger-se-á supletivamente pelas normas da Lei das Sociedades Anônimas, no que não for regulado pelo Código Civil Brasileiro e pelas disposições do presente contrato social, conforme preceitua o artigo 1053, combinado com o artigo 997, do último diploma citado.

Cláusula Nona: O sócio participa dos lucros, na proporção das respectivas quotas, podendo, no entanto, os lucros serem distribuídos de forma diferenciada, conforme previsto nas cláusulas 13ª letra "h" e 14ª parágrafo 3º.

Cláusula Décima - A administração da sociedade caberá ao(s) administrador(es)/sócio(s) LUIZ RICARDO FELIX JAQUES e THIAGO DALMAS AFFONSO, podendo ser exercida isoladamente, com os poderes e atribuições de representação ativa e passiva na sociedade, judicial e extrajudicial, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, sempre de interesse da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, fazê-lo em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do(s) outro(s) sócio(s).

Parágrafo 1º: Emitir, endossar, avalizar, aceitar e negociar títulos de crédito em geral, cheques e papéis análogos bem como quando envolver questões financeiras e/ou contábeis, no interesse da sociedade, deverá haver assinatura conjunta dos dois sócios administradores.

Parágrafo 2º: É permitida a representação individual, por somente um dos administradores, nos casos de participação da sociedade em licitações públicas, em todas as suas modalidades, podendo o representante retirar editais, apresentar envelopes das Propostas Técnicas, de Preço e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, responder a recurso interposto, negociar preços, assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao cumprimento da licitação.

Parágrafo 3º: Ambos os sócios responderão ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente pela sociedade.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUJE>

C5WQC



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral.
Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.


CARLOS VICENTE BERNARDONI GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 5/12

Assinatura Simples realizada por: **Maurício Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Maurício Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.

Parágrafo 4º: Os administradores possuem os poderes gerais para praticar todos os atos pertinentes à gestão da sociedade.

Parágrafo 5º: Os administradores poderão receber um “pro labore” mensal, fixado de comum acordo entre os sócios no início de cada exercício social, respeitando as normas fiscais vigentes e os seus limites.

Parágrafo 6º: É vedado ao(s) administrador(es) fazer(em) uso da firma na prestação de garantia, fiança, aval ou qualquer outro título de favor, em negócios estranhos ao objeto social.

Parágrafo 7º: Nos casos de falecimento ou impedimento dos administradores, ou ainda, de ausência superior a 30 (trinta) dias contínuos, a sociedade será administrada por novo administrador, sócio ou não sócio, que será eleito em reunião extraordinária, onde a maioria do capital social decidirá pelo novo administrador em lugar do falecido, impedido ou ausente.

Parágrafo 8º: A reunião extraordinária prevista no parágrafo anterior será realizada com a presença dos sócios que representam a maioria do capital social, ou, nos casos de falecimento, ausência ou impedimento, de seus representantes legais.

Parágrafo 9º: Realizada a reunião extraordinária prevista nos parágrafos sétimo e oitavo, o novo administrador tomará posse imediatamente.

Cláusula Décima Primeira - Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, o(s) administrador(es) é(são) obrigado(s) a prestar aos sócios contas justificadas de sua administração, apresentando-lhes o inventário, bem como o balanço patrimonial e o resultado econômico.

Cláusula Décima Segunda: As deliberações dos sócios serão tomadas em reunião, devendo ser convocada pelo(s) administrador(es).

Parágrafo 1º: O anúncio de convocação para reunião será anunciado por escrito ou carta registrada, com obtenção individual de ciência, no prazo mínimo de oito dias para a primeira convocação, e de cinco dias para as posteriores.

Parágrafo 2º: Dispensam-se às formalidades da publicação de anúncio, conforme parágrafo 2º do artigo 1.072, da Lei nº 10.406/2002.

Parágrafo 3º: A reunião torna-se dispensável quando ambos os sócios decidirem, por escrito, sobre a matéria que será o objeto dela.

Parágrafo 4º: Realizada a reunião, dos trabalhos e deliberações será lavrada ata de reunião, ata assinada pelos sócios participantes e cópia da ata autenticada pelo(s) administrador(es), ou pela mesa, sendo facultado a apresentação ao Registro Público de Empresas Mercantis, para arquivamento e averbação.

Parágrafo 5º: A reunião dos sócios instala-se com a presença de ambos os sócios, em primeira convocação, e em segunda, com qualquer número.

Cláusula Décima Terceira: Dependem da deliberação dos sócios, além de outras matérias indicadas na lei ou no contrato:

- a) Aprovação das contas da administração;
- b) A designação do(s) administrador(es), quando feita em ato separado;
- c) A destituição do(s) administrador(es);
- d) O modo de sua remuneração, quando não estabelecido no contrato;



- e) A modificação no contrato social;
- f) A incorporação, a fusão e a dissolução da sociedade, ou a cessação do estado de liquidação;
- g) A nomeação e destituição dos liquidantes e o julgamento de suas contas;
- h) A distribuição de resultados e dividendos em proporção diferenciada das quotas de participação da sociedade.

Cláusula Décima Quarta: As deliberações dos sócios serão tomadas:

Parágrafo 1º: Pelos votos correspondentes a 100% (cem por cento) do capital social, nos casos previstos nas letras “a” a “h”.

Parágrafo 2º: Pela maioria dos presentes, nos demais casos previstos no contrato ou na lei.

Parágrafo 3º: As deliberações tomadas de conformidade com o presente contrato e ao amparo da lei vinculam ambos os sócios, ainda que ausentes ou dissidentes.

Cláusula Décima Quinta – Cabe ao sócio que desejar ceder suas quotas ou retirar-se da sociedade comunicar aos demais, por escrito, com prazo mínimo de 60 (sessenta) dias, garantindo ao sócio remanescente o direito de preferência na aquisição das mesmas.

Parágrafo Único: Se nenhum dos sócios usar do direito de preferência, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias após o recebimento do aviso de que trata este artigo, tem o sócio cedente a liberdade de transferir a sua quota a terceiro

Cláusula Décima Sexta: O falecimento, retirada, insolvência ou incapacidade de qualquer um dos sócios não dissolverá a sociedade, que poderá continuar com os herdeiros do de cujus, salvo se o sócio remanescente optar pela dissolução da mesma.

Parágrafo 1º: Até que se ultime, no processo de inventário, a partilha dos bens deixados pelo de cujus, incumbirá ao inventariante, para todos os efeitos legais, a representação ativa e passiva dos interessados perante a sociedade.

Parágrafo 2º: No caso de saída voluntária de qualquer um dos sócios, o sócio retirante deverá notificar a sociedade e ao outro sócio sua intenção, por escrito e com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, ofertando suas cotas, sendo o pagamento realizado em 36 (trinta e seis) parcelas, mensais e sucessivas, corrigidas monetariamente, sendo a primeira parcela paga em até 60 (sessenta) dias após sua retirada da sociedade. A preferência na aquisição de tais cotas é dos sócios remanescentes.

Parágrafo 3º: Ainda no caso de retirada de sócio ou dissolução da sociedade, o valor das quotas, considerada pelo montante efetivamente realizado, liquidar-se-á com base na situação patrimonial da sociedade, verificada em balanço especialmente levantado, à data da resolução.

Parágrafo 4º: Pode o sócio ser excluído da sociedade, por falta grave que ponha em risco a continuidade da sociedade, por incapacidade superveniente, por ser declarado falido, ou aquele cuja quota tenha sido liquidada para o pagamento de credor particular do sócio.

Parágrafo 5º: No caso do sócio excluído da sociedade, o valor de sua cota liquidada, considerado pelo montante efetivamente realizado, será pago em 36 (trinta e seis) parcelas, mensais e sucessivas, sendo a primeira prestação paga em até 60 (sessenta) dias a partir da exclusão.

Parágrafo 6º: Em caso de morte ou incapacidade declarada judicialmente de qualquer um dos sócios, será feito um balanço especial para a apuração do montante dos haveres do sócio falecido ou incapaz. O saldo apurado será pago ao seu titular ou titulares em 36 (trinta e seis) parcelas,



mensais e sucessivas, corrigidas monetariamente, sendo que a primeira deverá ser paga até 60 (sessenta) dias após a morte ou trânsito em julgado da declaração judicial de incapacidade.

Parágrafo 7º: Os herdeiros do sócio falecido poderão continuar na sociedade se assim o desejarem, devendo para tanto o inventariante do espólio comunicar por escrito esta decisão aos outros sócios, num prazo máximo de 30 (trinta) dias a contar da abertura do processo de inventário do “de cujus”.

Parágrafo 8º: A retirada, exclusão ou morte do sócio, não exime, ou a seus herdeiros, da responsabilidade pelas obrigações sociais anteriores, até dois anos após averbada a resolução da sociedade.

Cláusula Décima Sétima: Se dissolver-se o casamento ou a união estável de sócio, as quotas da sociedade que, na partilha, forem atribuídas à ex-cônjuge ou ex-companheiro(a) serão liquidadas com base no balanço patrimonial de determinação e pagas em até 60 (sessenta) parcelas iguais e mensais, corrigidas anualmente pela média do índice INPC e IGP-M ou por índice que venha a substituir estes, salvo acordo em sentido diverso, aprovado por 75% do capital social. A primeira parcela será paga nos 60 (sessenta) dias subseqüentes à liquidação.

Cláusula Décima Oitava: O exercício social coincidirá como o ano civil.

Parágrafo 1º: Anualmente, em 31 de dezembro, serão levantados o balanço geral da sociedade, dos lucros líquidos ou prejuízos do exercício, e feitas as necessárias amortizações e provisões, o saldo porventura existente terá o destino conforme a proporção das respectivas quotas dos sócios, podendo, no entanto, os lucros serem distribuídos de forma diferenciada, conforme previsto nas cláusulas 13ª letra “h” e 14ª parágrafo 3º.

Parágrafo 2º: Os sócios poderão deliberar pela elaboração de balanços intermediários, antes de findar o ano calendário, dando os resultados apurados a destinação que entenderem pertinente, podendo efetuar a distribuição antecipada de lucros aos sócios e, inclusive, de forma desproporcional à participação de cada um no capital social.

Parágrafo 3º: Os sócios serão obrigados à reposição dos lucros e das quantias retiradas, a qualquer título, ainda que autorizados pelo contrato, quando tais lucros ou quantia se distribuírem com prejuízo do capital (Art. 1.059 do C.C.).

Cláusula Décima Nona - O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, que não está(ão) impedido(s) de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

Cláusula Vigésima: Os casos omissos serão tratados pelo que regula o capítulo I, subtítulo II do livro II, da lei 10.406, de 11 de janeiro de 2003 do código civil.

Cláusula Vigésima Primeira - Fica eleito o foro de Porto Alegre/RS para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E, estando os sócios justos e contratados assinam digitalmente o presente instrumento em 1 (uma) única via.



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral.
Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.


CARLOS VICENTE BERNARDONI GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 8/12

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUJE>

C5WQC

Porto Alegre, 22 de abril de 2021.

Thiago Dalmas Affonso
Assinado Digitalmente

Luiz Ricardo Felix Jaques
Assinado Digitalmente



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUJE>

C5WQC



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul
Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.


CARLOS VICENTE BERNARDONI GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 9/12

Assinatura Simples realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.



JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO RIO GRANDE DO SUL

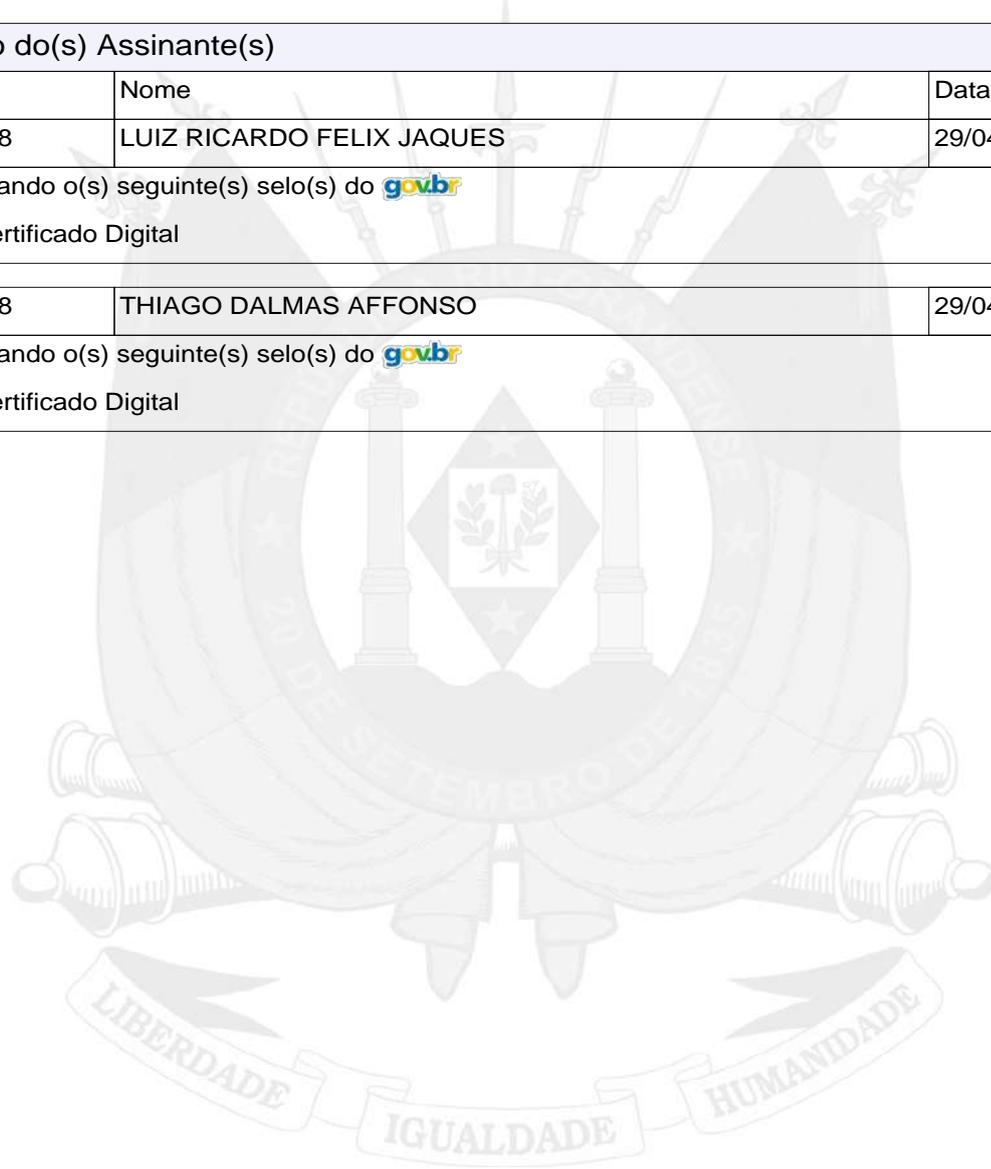
Registro Digital



Documento Principal

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/135.542-9	RSN2155459399	28/04/2021

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
727.616.010-68	LUIZ RICARDO FELIX JAQUES	29/04/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br		
Selo Ouro - Certificado Digital		
001.327.450-38	THIAGO DALMAS AFFONSO	29/04/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br		
Selo Ouro - Certificado Digital		



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7Y09-KSRUE-C5WQC>



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.

CARLOS GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 10/12

Assinatura Simples realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.



TERMO DE AUTENTICAÇÃO - REGISTRO DIGITAL

Certifico que o ato, assinado digitalmente, da empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, de CNPJ 07.895.771/0001-33 e protocolado sob o número 21/135.542-9 em 29/04/2021, encontra-se registrado na Junta Comercial sob o número 7675936, em 04/05/2021. O ato foi deferido eletronicamente pelo examinador Júlio César Vieira Garcia.

Certifica o registro, o Secretário-Geral, Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves. Para sua validação, deverá ser acessado o sitio eletrônico do Portal de Serviços / Validar Documentos (<http://portalservicos.jucisrs.rs.gov.br/Portal/pages/imagemProcesso/viaUnica.jsf>) e informar o número de protocolo e chave de segurança.

Capa de Processo

Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
001.327.450-38	THIAGO DALMAS AFFONSO	29/04/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do		
Selo Ouro - Certificado Digital		

Documento Principal

Assinante(s)	
CPF	Nome
727.616.010-68	LUIZ RICARDO FELIX JAQUES
001.327.450-38	THIAGO DALMAS AFFONSO

Porto Alegre, terça-feira, 04 de maio de 2021



Documento assinado eletronicamente por Júlio César Vieira Garcia, Servidor(a) Público(a), em 04/05/2021, às 17:34.



A autenticidade desse documento pode ser conferida no [portal de serviços da jucisrs](http://portal.de.servicos.da.jucisrs) informando o número do protocolo 21/135.542-9.



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.

CARLOS GONÇALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 11/12

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>



JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO
RIO GRANDE DO SUL
Registro Digital



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

O ato foi deferido e assinado digitalmente por :

Identificação do(s) Assinante(s)

CPF	Nome
193.107.810-68	CARLOS VICENTE BERNARDONI GONCALVES



Porto Alegre. terça-feira, 04 de maio de 2021



Junta Comercial, Industrial e Serviços do Rio Grande do Sul

Certifico registro sob o nº 7675936 em 04/05/2021 da Empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA, CNPJ 07895771000133 e protocolo 211355429 - 29/04/2021. Autenticação: 9896BD3D31DFF667A21324FD63E5FFC3DC1DC. Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://jucisrs.rs.gov.br/validacao> e informe nº do protocolo 21/135.542-9 e o código de segurança MHDZ. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 04/05/2021 por Carlos Vicente Bernardoni Gonçalves – Secretário-Geral.


CARLOS GONCALVES
SECRETÁRIO-GERAL

pág. 12/12

Assinatura Simples realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40. Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40. Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: **ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e**.

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>



MANIFESTO DE ASSINATURAS



Código de validação: JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC

Esse documento foi assinado pelos seguintes signatários nas datas indicadas (Fuso horário de Brasília):

- ✓ Luiz Ricardo Felix Jaques (CPF ***.616.010-**) em 22/07/2022 17:35 - Assinado eletronicamente

Endereço IP	Geolocalização	
189.6.250.154	Lat: -30,048256	Long: -51,167232
	Precisão: 868 (metros)	
Autenticação	ricardo@engenhodeideias.com.br	
Email verificado		
a9IMSiNBZp8S8Ajcvh6ZuMjYwOXJVvCGxJxWaH3ph0=		
SHA-256		

Para verificar as assinaturas, acesse o link direto de validação deste documento:

<https://app.ideiasigner.com.br/validate/JZHF4-B7YC9-KSRUE-C5WQC>

Ou acesse a consulta de documentos assinados disponível no link abaixo e informe o código de validação:

<https://app.ideiasigner.com.br/validate>



ePROCOLO



Documento: **engenhocontrarrazoes_assinaturaconcluida.pdf**.

Assinatura Simples realizada por: **Mauricio Zanela** em 22/07/2022 17:40.

Inserido ao protocolo **19.263.398-2** por: **Mauricio Zanela** em: 22/07/2022 17:40.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:
<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:
ea739acdc73f07beb090f6fe9673aa9e.