

---

**COMUNICADO SEI Nº 29792177/2026 - SAP.LCT**

Joinville, 11 de junho de 2026.

**CONCORRÊNCIA Nº 023/2026**

**OBJETO: Prestação de serviços de publicidade e propaganda para atender as demandas de comunicação institucional de interesse público da Administração Municipal.**

A Comissão de Licitação **INFORMA** aos interessados no presente certame, que as empresas abaixo listadas apresentaram as razões recursais referente as seguintes fases do processo:

Julgamento das Propostas Técnicas:

-Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

Julgamento das Propostas de Preços e Julgamento Geral das Propostas Técnicas e de Preços:

-Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

Julgamento da Habilitação:

-Mágica Comunicação e Marketing Ltda;

-Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

Os recursos apresentados estão disponibilizados na íntegra em anexo a este comunicado.

Deste modo, abre-se o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das contrarrazões, nos termos do subitem 22.6.1 do edital. O prazo inicia dia 12/06/2026 e encerrará dia 16/06/2026.

**Aline Mirany Venturi Bussolaro**  
**Presidente da Comissão Especial de Licitação**  
**Portaria nº 32/2026**



Documento assinado eletronicamente por **Aline Mirany Venturi Bussolaro, Servidor(a) Público(a)**, em 11/06/2026, às 14:29, conforme a Medida Provisória nº 2.200-2, de 24/08/2001, Decreto Federal nº 8.539, de 08/10/2015 e o Decreto Municipal nº 21.863, de 30/01/2014.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.joinville.sc.gov.br/> informando o código verificador **29792177** e o código CRC **3C3E72D0**.

---

Avenida Hermann August Lepper, 10 - Bairro Saguauçu - CEP 89221-005 - Joinville - SC - [www.joinville.sc.gov.br](http://www.joinville.sc.gov.br)

## RECURSO ADMINISTRATIVO – Concorrência nº 023/2026 – Mágica Comunicação e Marketing Ltda

1 mensagem

**Rodrigo Ascenção** <ascencao.rodrigo@gmail.com>  
Para: sap.lct@joinville.sc.gov.br

9 de junho de 2026 às 08:50

Prezados membros da Comissão Especial de Licitação,

A MÁGICA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 02.717.249/0001-48, com sede na [Rua Eugênio Moreira, nº 541, Sala 01](#), Bairro Anita Garibaldi, Joinville/SC, CEP 89202-100, neste ato representada na forma de seus atos constitutivos, vem, respeitosamente, à presença desta Comissão, com fundamento no art. 165 da Lei nº 14.133/2021 e nas disposições do Edital da Concorrência nº 023/2026, interpor RECURSO ADMINISTRATIVO em face da decisão que a declarou inabilitada nos Lotes 2, 3 e 5 do certame, conforme Ata da 4ª Sessão.

O presente recurso tem por objeto a revisão do ato de inabilitação decorrente do entendimento de invalidez do balanço patrimonial apresentado, em razão da identificação de escrituração contábil digital substituída no sistema SPED, matéria que, conforme demonstrado nas razões anexas, configura falha de natureza meramente formal, plenamente sanável por diligência, não comprometendo a comprovação da qualificação.





Aproveito para informar que no caso de recebermos citação de recurso de terceiros, necessitando de contra recurso, utilizaremos este e-mail como ponto de contato formal com a agência Magica.

No mais, ficamos à disposição.



---

### 4 anexos

-  **encmgicaecd2024.zip**  
382K
-  **Recurso\_Magica\_v080626\_assinado\_assinado.pdf**  
237K
-  **a - 15º Alteração - Magica.pdf**  
5078K
-  **a - Magica - 15ª Alteração (Certidão Inteiro Teor).pdf**  
4776K

**ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E PLANEJAMENTO DO MUNICÍPIO DE JOINVILLE**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 023/2026**

**RECORRENTE:** MÁGICA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

**MÁGICA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 02.717.249/0001-48, Rua Eugenio Moreira, 541, Sala 01, Anita Garibaldi, Joinville/SC, CEP 89202-100, por seu representante legal ao final assinado, na forma prevista pela cláusula VI do seu contrato social, vem, respeitosamente, com fundamento na Lei nº 14.133/2021, apresentar

**RECURSO ADMINISTRATIVO**

em face da decisão que a declarou inabilitada nos lotes 2, 3 e 5, conforme Ata da 4ª Sessão, pelos fatos e fundamentos a seguir expostos.

**I – DOS FATOS**

A Recorrente foi inabilitada sob o fundamento de que o balanço patrimonial do exercício de 2024, apresentado via SPED, encontra-se "substituído e não ativo na base de dados", razão pela qual teria perdido sua validade jurídico-tributária.

Consta da ata que, na data da sessão (27/05/2026), já existiria uma escrituração contábil substituta, a qual não foi apresentada por um mero equívoco no envio dos documentos de habilitação, motivo pelo qual a Comissão entendeu que eventual apresentação posterior caracterizaria juntada de documento novo, vedada pelo art. 64 da Lei nº 14.133/2021.

Diante disso, deixou-se de analisar a situação econômico-financeira da Recorrente referente ao exercício de 2024, culminando na sua inabilitação.

Contudo, a decisão merece reforma.

**II – DO CARÁTER MERAMENTE FORMAL DA IRREGULARIDADE**

A situação narrada evidencia, em verdade, **falha de natureza estritamente formal**, relacionada à versão da escrituração contábil apresentada.

Isso porque:

- (i) a escrituração foi regularmente transmitida via SPED;
- (ii) houve substituição no próprio sistema oficial;
- (iii) trata-se da mesma base contábil, referente ao mesmo exercício;
- (iv) não há qualquer alegação de alteração substancial dos dados patrimoniais.

Portanto, o BALANÇO e DRE anexados são os do arquivo ECD retificado, o que foi anexado erroneamente foi o recibos de entrega, onde consta o HASH.

Assim, é inequívoco que: a condição econômico-financeira da Recorrente **já existia à época da sessão de habilitação**. A falta de entrega da versão correta do documento deu-se por mero erro operacional, sem ocultação, sem má-fé e sem impacto material para o certame.

Ressalta-se, outrossim, o amparo da **Lei nº. 13.874/2019**, a qual disciplina a atuação dos membros da Administração Pública perante os agentes da iniciativa privada, de modo que deve ser presumida "*a boa-fé do particular perante o poder público*". A divergência apontada refere-se apenas ao status do arquivo (ativo/inativo), e não à realidade econômica da empresa.

### **III – DA POSSIBILIDADE DE SANEAMENTO – ART. 64 DA LEI Nº 14.133/2021**

A interpretação conferida pela Comissão ao art. 64 da Lei nº 14.133/2021 revela-se excessivamente restritiva, pois desconsidera a distinção entre a apresentação de documento novo em sentido material e o saneamento do meio de prova destinado a demonstrar condição já existente à época da habilitação.

O referido dispositivo admite, em sede de diligência, a complementação de informações acerca dos documentos já apresentados, desde que necessária à apuração de fatos existentes à época da abertura do certame, bem como autoriza o saneamento de erros ou falhas que não alterem a substância dos documentos nem sua validade jurídica.

Nos termos do art. 64 retromencionado, é plenamente admitido sanar erros ou falhas que não alterem a substância dos documentos, promover diligência para complementação ou esclarecimento ou atribuir validade a documentos que comprovem situações já existentes.

No caso concreto, a juntada da ECD substituta ativa não configuraria inovação material nem constituição superveniente de requisito de habilitação. Ao contrário, serviria apenas para comprovar, pela forma documental correta, uma situação contábil e jurídico-tributária já existente antes da sessão pública.

Isso porque a própria decisão recorrida reconhece que a escrituração substituta já se encontrava ativa no sistema SPED em 26/05/2026, ao passo que a sessão de habilitação ocorreu em 27/05/2026. Logo, **o documento apto à comprovação da regularidade do balanço do exercício de 2024 já existia juridicamente antes da sessão**, não havendo falar em fato novo ou em modificação superveniente da realidade econômico-financeira da Recorrente.

Nessas circunstâncias, a diligência seria plenamente cabível para esclarecer qual escrituração era a válida e ativa no SPED e para permitir a sua consideração na análise da qualificação econômico-financeira, sem ofensa à isonomia, sem reabertura indevida da fase de habilitação e sem concessão de vantagem competitiva à Recorrente.

Ademais, a jurisprudência do Tribunal de Contas da União é firme no sentido de que a vedação à apresentação de novo documento não alcança aquele destinado a atestar condição de habilitação preexistente à abertura da sessão pública, desde que apresentado em diligência para saneamento de falha ou equívoco formal.

Em suma, a eventual apresentação da ECD substituta:

- (i) não constitui documento novo em sentido material;
- (ii) não altera a situação econômico-financeira da empresa;
- (iii) apenas confirma, de forma válida no sistema SPED, condição já existente.

Portanto, trata-se de hipótese típica de **saneamento de falha formal**, cuja admissão é expressamente autorizada pela legislação.

Superada a demonstração do cabimento jurídico do saneamento, passa-se à análise dos aspectos técnicos relacionados à Escrituração Contábil Digital, indispensáveis à correta compreensão do caso concreto.

#### **IV – DA ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL DIGITAL**

A controvérsia limita-se à forma de apresentação da Escrituração Contábil Digital (ECD), não havendo discussão quanto à existência da escrituração ou à efetiva qualificação econômico-financeira da Recorrente.

Trata-se, portanto, de questão eminentemente técnica, relacionada à substituição da ECD no âmbito do SPED.

Portanto, a inabilitação se deu em razão da apresentação de ECD (Escrituração Contábil Digital) para comprovação do balanço patrimonial, em sua versão original, ao invés da retificadora em claro mero erro formal.

A Escrituração Contábil Digital admite substituição na forma disciplinada pela regulamentação da Receita Federal e pelos manuais técnicos do SPED, hipótese em que a escrituração substituta passa a representar, para os fins próprios do sistema, a escrituração válida daquele período.

Esclarece-se inicialmente que a retificação da ECD é expressamente admitida pela **Instrução Normativa RFB nº. 2003/2021**. Assim, a escrituração retificadora regularmente transmitida e recepcionada pelo SPED substitui a escrituração anteriormente apresentada, produzindo efeitos jurídicos próprios. Assim, a mera constatação de que o arquivo originário foi posteriormente retificado não autoriza, por si só, a desconsideração das informações constantes da escrituração substituta, que passou a representar a posição oficial do contribuinte perante a Receita Federal.

Por isso mesmo, a Recorrente não sustenta que a ECD substituída permanecesse válida, mas sim que a existência da ECD substituta ativa — já constituída antes da sessão — demonstrava que a condição de habilitação estava presente em tempo oportuno, de modo que a sua consideração em diligência configuraria mero saneamento formal do meio de prova, e não apresentação de requisito novo.

Em outras palavras, a Administração Pública não pode simplesmente ignorar os efeitos jurídicos que a legislação federal atribui à ECD substituta. Portanto, a ECD substituta não complementa a original; ela a substitui. Assim, o fato juridicamente relevante para a licitação não é a existência abstrata de uma ECD original posteriormente tornada inativa, mas a circunstância de que, na data da sessão, já havia escrituração substituta válida, apta a comprovar o balanço patrimonial do exercício de 2024 e, conseqüentemente, a permitir a aferição dos índices exigidos pelo edital.

O Manual da ECD<sup>1</sup> descreve que o livro transmitido como substituto é o livro válido para aquele período e que a transmissão da substituta exige a vinculação à escrituração original. Além disso, o sistema SPED possui funcionalidade específica para “Consulta

---

<sup>1</sup><https://www.gov.br/sped/pt-br/assuntos/escrituracoes-digitais/e.cd/manuais-e-documentos-tecnicos/manual-de-orientacao-da-e.cd-leiaute-9-janeiro-2026.pdf/@@display-file/file>

Escrituração Contábil Digital Substituta”, cuja finalidade é justamente identificar quais escriturações serão substituídas pela nova transmissão.

Assim, a recusa absoluta à consideração da escrituração substituta, embora reconhecida pela própria Comissão como existente e ativa no SPED, acabou por privilegiar o rigor formal em detrimento da verdade material e da finalidade da exigência editalícia, que era justamente verificar a saúde econômico-financeira da licitante.

Neste contexto, destaca-se que se a Receita Federal reconhece normativamente que a escrituração substituta ocupa o lugar da escrituração substituída, não poderia a comissão de licitação tratar a escrituração original como se continuasse produzindo efeitos jurídicos autônomos.

Além disso, com a devida vênia, a comissão não possui competência para desconstituir os efeitos da escrituração recepcionada pelo SPED, isto porque a autenticação e recepção da ECD são atos praticados dentro de um sistema federal regulado pela Receita Federal, o que lhe confere presunção *juris tantum* de veracidade e legitimidade, tal como aos documentos públicos. Uma vez aceita a ECD substituta pelo SPED, a comissão de licitação não atua como órgão revisor da escrituração digital nem possui competência para declarar inválida a substituição admitida pela própria Receita Federal. Inclusive o **artigo 19, inciso II, da CF** e **artigo 156, inciso IV, da Lei Complementar municipal nº. 266/2008** (Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Joinville) preceituam que não pode ser recusada fé a documentos públicos.

Assim, ao desconsiderar a ECD substituta regularmente transmitida e recepcionada pelo SPED, a Administração acabou criando requisito não previsto no edital nem na legislação tributária e contábil, substituindo-se indevidamente ao órgão federal competente para disciplinar a validade da escrituração digital.

Mesmo diante de eventual dúvida quanto ao documento inicialmente juntado, a solução juridicamente adequada seria a conversão da questão em diligência, e não a inabilitação imediata. Afinal, a situação identificada não revela falsidade documental, ausência de escrituração, nem incapacidade econômico-financeira, mas apenas desconformidade formal entre o arquivo apresentado e a escrituração que passou a constar como ativa no sistema oficial.

Anote-se que o mecanismo da diligência foi operado em favor da concorrente Exit Comunicação Estratégia Ltda que, por não ser possível confirmar a autenticidade das

assinaturas digitais, essa d. Comissão solicitou, por meio do Ofício SEI nº 29640167 os esclarecimentos pertinentes.

Observa-se que, em situação análoga, a Comissão adotou providência de diligência para esclarecimento documental, o que reforça a necessidade de tratamento isonômico no presente caso. Em ambas as situações, tem-se documentos eletrônicos não validados, porém no que se refere à Recorrente deu-se a inabilitação ao passo que no que se refere ao outro licitante, operaram-se diligências. Não se olvide ainda que a d. Comissão realizou uma diligência consultiva perante o "fale conosco SPED IRPJ" e descobriu, por meios próprios, a existência e o código exato da HASH substituta ativa: (73E8E56C13C9DB72FB5EF5703948EF2206CA41A0).

Se a própria Administração Pública foi capaz de diligenciar e acessar a base de dados oficial (SPED) e atestar a existência e a numeração do balanço substituto e ativo, a higidez e realidade fiscal da empresa já estavam materialmente comprovadas nos autos.

Nessas circunstâncias, a desconsideração da escrituração válida identificada pela própria Comissão revela-se incompatível com o princípio da verdade material, além de ferir a isonomia com a outra licitante em não converter a questão em diligência para os esclarecimentos necessários.

Ainda que subsistisse dúvida quanto ao documento inicialmente apresentado, a solução juridicamente adequada seria a realização de diligência, e não a inabilitação imediata.

Uma vez adotado o critério de saneamento por diligência em situação análoga, a Administração vincula-se a aplicar o mesmo tratamento, sob pena de decisão arbitrária.

Isto porque se o balanço apresentado estava respaldado por ECD substituta regularmente transmitida, a circunstância de existir uma ECD anterior posteriormente substituída não demonstra falsidade documental, inexistência de patrimônio líquido ou incapacidade econômico-financeira. No máximo, geraria necessidade de esclarecimento.

Nesse cenário, resta evidenciado que a desclassificação viola os princípios do formalismo moderado, da busca da verdade material e da seleção da proposta mais vantajosa, especialmente porque a Administração poderia confirmar facilmente: **(i)** a existência da ECD substituta; **(ii)** a data da transmissão; **(iii)** o recibo de entrega; **(iv)** o HASH da escrituração; **(v)** a autenticação perante o SPED.

## **V – DA VEDAÇÃO AO FORMALISMO EXCESSIVO**

É importante destacar que um processo licitatório tal qual o presente é bastante extenso em sua faceta técnica, sendo necessário demonstrar a capacidade técnica da empresa licitante, por meio de campanhas para cada lote, cases de clientes, declaração de clientes que reconheçam a capacidade técnica da empresa, além da sua faceta que envolve a precificação. Todos estes itens foram atendidos pela Recorrente.

Desse modo, a parcela do certame que envolve a documentação, embora muito importante, não pode ser administrada com tamanha rigidez e formalismo a fim de obstar a correção de mero erro formal.

Daí porque a decisão viola os princípios que regem as licitações públicas, especialmente razoabilidade, proporcionalidade, competitividade e seleção da proposta mais vantajosa.

A inabilitação com base em formalidade relacionada ao status de validação do SPED:

- (i) não compromete a aferição da capacidade econômico-financeira;
- (ii) não gera prejuízo à Administração;
- (iii) não traz vantagem indevida à Recorrente.

Trata-se de típico caso em que o formalismo foi aplicado de maneira desproporcional, em detrimento da finalidade do certame (**art. 12, III, Lei nº. 14.133/2021**<sup>2</sup>).

Em razão dos fundamentos fáticos e jurídicos ora expostos, a eventual inabilitação da Recorrente seria inadequada, até porque a empresa comprovou não oferecer quaisquer riscos ou dano efetivo ao certame ou futura contratação dele decorrente. Isso porque tal medida não estaria de acordo com o *Princípio da Proporcionalidade* – o qual se relaciona com a própria Legalidade do ato administrativo (**art. 2º, Lei nº. 9.784/99 c/c artigo 4º, §2º, do Decreto nº. 9.830/2019**) – e comporta a análise da: **i) adequação da medida** (se é eficaz para alcançar o resultado pretendido); **ii) necessidade** (avaliação se o fim almejado pode ser atingido por meio menos gravoso ou oneroso) e **iii) proporcionalidade em sentido estrito** (relação custo-benefício se a providência acatada não sacrificará bem de categoria jurídica mais elevada do que aquele que se pretende resguardar)<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Art. 12. No processo licitatório, observar-se-á o seguinte: (...)

III - o desatendimento de exigências meramente formais que não comprometam a aferição da qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo de sua proposta não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo;

<sup>3</sup> STJ - RMS n. 33.671/RJ, 1ª Turma, rel. p/ Acórdão Min. Gurgel de Faria, j. em 12/02/2019

A propósito, conforme orienta a jurisprudência, com base no *Princípio da Razoabilidade* (art. 5º, Lei nº. 14.133/2021), o formalismo que permeia os procedimentos licitatórios deve ser ponderado **de modo a não inviabilizar a obtenção da proposta mais vantajosa, sobretudo quando não causar prejuízos** ao ente público.

**A observância das normas e das disposições do edital, consoante o art. 41, caput, da Lei 8.666/93, deve ser aplicada mediante a consideração dos princípios basilares que norteiam o procedimento licitatório, dentre eles os da eficiência e da seleção da proposta mais vantajosa.** Diante do caso concreto, e a fim de melhor viabilizar a concretização do interesse público, pode o princípio da legalidade estrita ser afastado frente a outros princípios. (TCU - Acórdão 119/2016, Plenário, rel. Min. Vital do Rêgo, j. em 27/01/2016)

**Rigor formal no exame das propostas dos licitantes não pode ser exagerado ou absoluto, sob pena de desclassificação de propostas mais vantajosas,** devendo as simples omissões ou irregularidades na documentação ou na proposta, desde que irrelevantes e não causem prejuízos à Administração ou aos concorrentes, serem sanadas mediante diligências. (TCU - Acórdão 2302/2012, Plenário, rel. Min. Walton Alencar Rodrigues, j. em 29/08/2012)

**Não se desclassifica propostas de licitante pelo descumprimento de exigências pouco relevantes, em respeito ao princípio do formalismo moderado** e da obtenção da proposta mais vantajosa à Administração. (TCU - Acórdão 11907/2011, 2ª Câmara, rel. Min. Augusto Sherman, j. em 06/12/2011)

**A desclassificação de licitantes por conta de erro material na apresentação da proposta, fere os princípios da competitividade, proporcionalidade e razoabilidade,** sendo medida de extremos rigor, que pode afastar do certame propostas mais vantajosas, com ofensa ao interesse público. (TCU - Acórdão 1734/2009, Plenário, rel. Min. Raimundo Carreiro, j. em 05/08/2009)

A jurisprudência consolidada (TCU e Tribunais) converge de forma inequívoca no sentido de que falhas formais sanáveis, especialmente quando relativas à comprovação de condição preexistente, não autorizam a inabilitação do licitante, impondo-se a realização de diligência.

Conforme se verifica, resta totalmente descabida a inabilitação, visto que a Recorrente cumpriu todas as exigências do edital quanto à sua qualificação financeira.

## **VI – DA INCONSISTÊNCIA NA APLICAÇÃO DO DEVER DE DILIGÊNCIA**

A ata evidencia tratamento distinto entre licitantes em situações comparáveis, sem justificativa objetiva apta a sustentar a diferenciação adotada pela Comissão.

Enquanto foram promovidas diligências para suprir dúvidas documentais de outras participantes, em relação à Recorrente optou-se pela inabilitação imediata, sem a adoção de medida saneadora.

Nesse sentido, vê-se que a própria ata demonstra que, em relação a outras licitantes, a Comissão promoveu diligências, permitiu complementação documental e viabilizou validação posterior de documentos, inclusive atestados técnicos. Entretanto, tratamento diferenciado foi adotado em relação à Recorrente.

Em ambas as situações, tratava-se de documentos eletrônicos carecedores de validação. Contudo, apenas em relação à Recorrente não houve abertura de diligência, o que evidencia tratamento não isonômico.

Tal conduta viola o princípio da isonomia, a coerência decisória e a segurança jurídica(art. 30, Decreto-Lei nº. 4.657/42<sup>4</sup>).

REPRESENTAÇÃO. PREGÃO ELETRÔNICO REGIDO PELO DECRETO 10.024/2019. IRREGULARIDADE NA CONCESSÃO DE NOVA OPORTUNIDADE DE ENVIO DE DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO AOS LICITANTES, NA FASE DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS, SEM QUE O ATO TENHA SIDO DEVIDAMENTE FUNDAMENTADO. PROCEDÊNCIA. REVOGAÇÃO DO CERTAME. MEDIDA CAUTELAR PLEITEADA PREJUDICADA. CIÊNCIA AO JURISDICIONADO ACERCA DA IRREGULARIDADE. (...)

**Admitir a juntada de documentos que apenas venham a atestar condição pré-existente à abertura da sessão pública do certame não fere os princípios da isonomia e igualdade entre as licitantes e o oposto, ou seja, a desclassificação do licitante, sem que lhe seja conferida oportunidade para sanear os seus documentos de habilitação e/ou proposta, resulta em objetivo dissociado do interesse público, com a prevalência do processo (meio) sobre o resultado almejado (fim).**

O pregoeiro, durante as fases de julgamento das propostas e/ou habilitação, deve sanear eventuais erros ou falhas que não alterem a substância das propostas, dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível aos licitantes, nos termos dos arts. 8º, inciso XII, alínea h; 17, inciso VI; e 47 do Decreto 10.024/2019; sendo que a vedação à inclusão de novo documento, prevista no art. 43, § 3º, da Lei 8.666/1993 e no art. 64 da Nova Lei de Licitações (Lei 14.133/2021), não alcança documento ausente, comprobatório de condição atendida pelo licitante quando apresentou sua proposta, que não foi juntado com os demais comprovantes de habilitação e/ou da proposta, por equívoco ou falha, o qual deverá ser solicitado e avaliado pelo pregoeiro. (TCU - RP: 12112021, Relator.: WALTON ALENCAR RODRIGUES, Data de Julgamento: 26/05/2021)

É irregular a desclassificação de proposta vantajosa à Administração por erros formais ou vícios sanáveis por meio de diligência, em face dos princípios do formalismo moderado e da supremacia do interesse público, que permeiam os processos licitatórios. (TCU - Acórdão 1217/2023-Plenário)

É irregular a desclassificação de proposta por erros formais ou por vícios sanáveis mediante diligência, em face dos princípios do formalismo moderado e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração. (TCU - Acórdão 1204/2024-Plenário)

Falhas formais, sanáveis durante o processo licitatório, não devem levar à desclassificação da licitante. No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza,

---

<sup>4</sup> Art. 30. As autoridades públicas devem atuar para aumentar a segurança jurídica na aplicação das normas, inclusive por meio de regulamentos, súmulas administrativas e respostas a consultas.

segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados. (TCU - Acórdão 357/2015-Plenário)

No mesmo sentido, a jurisprudência dos Tribunais Pátrios é firme ao afastar a inabilitação em fundamentação semelhante à adotada no presente caso que:

REMESSA NECESSÁRIA. LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. MANDADO DE SEGURANÇA. TOMADA DE PREÇOS. INABILITAÇÃO DA IMPETRANTE. APRESENTAÇÃO DE CÓPIA SIMPLES DE CERTIDÃO. ERRO FORMAL. EQUÍVOCO QUE PODE SER SUPRIDO NO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. AUSÊNCIA DE PREJUÍZO AO CERTAME. Não se justifica a inabilitação em licitação fundada na mera ausência de apresentação de cópia autenticada de documento se de tal equívoco não resultou prejuízo algum à concorrência do certame. **O procedimento de licitação, embora esteja vinculado ao edital de convocação, deve zelar pelo interesse público, garantindo maior competitividade possível aos concorrentes. Vício sanável através de diligência e que não causou prejuízo ao certame. Precedentes desta Corte.** (...) SENTENÇA MODIFICADA EM PARTE EM REMESSA NECESSÁRIA. (TJRS - Remessa Necessária 50030090720238210069, Relator: Marcelo Bandeira Pereira, Julgamento: 24/10/2025, 21ª Câmara Cível)

REEXAME NECESSÁRIO. Mandado de Segurança. **Licitação. Inabilitação. Ausência de assinatura do responsável técnico em declaração de dispensa de visita técnica. Vício sanável. Apresentação de documento regularizado em sede recursal administrativa. Admissibilidade. Princípios da razoabilidade, proporcionalidade e formalismo moderado. Proposta mais vantajosa ao erário. Lei Federal 14133/2021, artigo 64. Segurança concedida.** Reexame necessário não provido. (TJSP - Remessa Necessária Cível: 10037567320258260438, Relator.: Edson Ferreira, Julgamento: 06/02/2026, 12ª Câmara de Direito Público)

APELAÇÃO. Mandado de segurança. **Licitação. Pretensão à declaração de nulidade do ato administrativo que inabilitou o licitante por falha formal** relacionada à apresentação dos comprovantes de recolhimento da caução no envelope errado, sendo o vício passível de correção no curso do procedimento licitatório. O **princípio da formalidade moderada deve nortear a Administração Pública, possibilitando a excepcional dispensa de exigências puramente formais em casos como o presente, quando não houver qualquer prejuízo ao processo licitatório. A decisão administrativa que inabilitou o impetrante, ao optar pelo excesso de formalismo diante de um vício sanável, violou razoabilidade e proporcionalidade. O interesse público e a busca pela proposta mais vantajosa devem prevalecer em detrimento ao rigor formal desarrazoado. Sentença reformada, para conceder a segurança pleiteada, determinando a habilitação do apelante na licitação.** Recurso provido. (TJSP - Ap. Cível 1000444-06.2023.8.26.0262, Relator.: Antonio Celso Faria, j. em 15/12/2023, 8ª Câmara de Direito Público)

Ainda que não se considere haver identidade absoluta entre os casos examinados pela Comissão, a adoção de providências saneadoras em situações análogas reforça que a solução mais coerente com o que estabelece o art. 64 da Lei nº 14.133/2021 seria, no

mínimo, a abertura de diligência para esclarecimento e validação da ECD substituta ativa da Recorrente.

Assim, ao adotar postura mais flexível para determinadas licitantes e rígida em relação à Recorrente, sem fundamento jurídico idôneo que justifique tal distinção, a Comissão incorreu em violação aos princípios que regem o procedimento licitatório, impondo-se a revisão do ato de inabilitação.

## **VII – DA INEXISTÊNCIA DE PREJUÍZO À ISONOMIA**

A admissão da ECD substituta ativa, em sede de diligência, não ofende a isonomia entre os licitantes, porque não altera o conteúdo da proposta, não modifica a realidade econômico-financeira da Recorrente e não lhe confere vantagem competitiva indevida.

Trata-se, tão somente, da regularização formal do documento comprobatório de uma condição preexistente, exatamente na linha admitida pela jurisprudência do TCU para as hipóteses em que a falha decorre de equívoco na juntada documental, sem repercussão material sobre a disputa.

A eventual aceitação do documento válido (ECD substituta):

- (i)** não altera o conteúdo material da proposta;
- (ii)** não representa vantagem competitiva;
- (iii)** apenas regulariza formalidade documental.

Insiste-se: a Recorrente já detinha, na data da sessão, a escrituração correta.

Logo, a sua apresentação não configura inovação, mas mera regularização, permitida amplamente pela legislação e de acordo com a jurisprudência aplicável ao caso (TCU - Acórdão 2443/2021-Plenário).

## **VIII – DA NECESSIDADE DE DILIGÊNCIA**

Diante de todo o exposto, impõe-se reconhecer que a Comissão deveria ter oportunizado à Recorrente a possibilidade de esclarecimento da situação da escrituração e a apresentação da ECD substituta ativa, por se tratar de providência compatível com o art. 64 da Lei nº 14.133/2021, com o princípio do formalismo moderado e com a busca da verdade material.

Neste exato sentido:

ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. PREGÃO ELETRÔNICO. CAPACIDADE TÉCNICA DA EMPRESA COMPROVADA. EXCESSO DE FORMALISMO

AFASTADO. PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE. (...) **Tratando-se de licitação, cabe à Administração abrir mão do formalismo excessivo quando houver possibilidade de manter a proposta mais vantajosa para uma contratação, desde que eventuais defeitos possam ser sanados através dos poderes de diligência previstos pela Lei 8.666/1993** (...) Assim, **porque o documento apresentado atingiu sua finalidade, não se afigura ilegal o ato praticado pela autoridade impetrada.** (TRF4 - Ap. Cível n. 5073603-57.2019.4.04.7000, 4ª Turma, rel. Des. Federal Giovanni Bigolin, j. em 11/11/2020)

Donde se conclui que a adoção dessa medida não implicaria flexibilização indevida do edital, mas aplicação adequada da legislação e da jurisprudência consolidada, segundo as quais a diligência deve ser utilizada para evitar a exclusão de licitante quando a pendência puder ser superada sem comprometimento da igualdade, da segurança jurídica e da higidez do certame.

Tal medida está em plena consonância com o art. 64 da Lei nº 14.133/2021 e com a jurisprudência consolidada dos órgãos de controle. A Recorrente fora uma das mais bem qualificadas, apta sob todos os critérios técnicos e econômicos, o que denota que possuía qualificação técnica e econômica suficiente e apta a atender às necessidades do Município.

Ao se promover sua inabilitação por mera formalidade burocrática, temos que o prejuízo ao erário e a coletividade se tornam patentes, mormente se considerado que a Recorrente já prestava serviços ao ente contratante anteriormente, sem qualquer reclamo ou ressalva.

Anote-se, por fim, que o presente Recurso Administrativo apresenta fundamentos jurídicos consistentes e alinhados à legislação e à jurisprudência aplicáveis, sendo recomendável sua apreciação à luz dos princípios que regem o processo licitatório. A solução administrativa da controvérsia, especialmente mediante o saneamento da questão documental, mostra-se medida mais adequada, eficiente e alinhada ao interesse público, evitando a adoção de providências mais gravosas e promovendo a economicidade e a racionalidade administrativa.

A diligência, nesse contexto, não amplia o direito da Recorrente, mas apenas permite à Administração exercer de forma mais adequada o controle da veracidade e da completude das informações já existentes.

## **IX – DOS PEDIDOS**

Diante do exposto, requer:

- a) o conhecimento e provimento do presente recurso;
- b) a reforma da decisão recorrida, para que seja reconhecida a regularidade da comprovação da qualificação econômico-financeira da Recorrente e, por conseguinte, seja ela **declarada habilitada nos lotes 2, 3 e 5 do certame**;
- c) subsidiariamente, caso não se entenda pelo imediato deferimento da habilitação, seja anulada a decisão de inabilitação, com a reabertura da fase de habilitação exclusivamente para realização de diligência destinada à juntada, validação e análise da ECD substituta ativa do exercício de 2024 (ora anexada), por se tratar de documento comprobatório de condição preexistente à sessão pública;
- d) o regular prosseguimento da Recorrente nas demais fases do certame.

Nestes termos,  
Pede deferimento.

Joinville, 08 de junho de 2026.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** RODRIGO ASCENCAO  
Data: 08/06/2026 15:08:44-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** ANDRE ALMEIDA DE SOUZA  
Data: 08/06/2026 15:14:46-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**MÁGICA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**

CNPJ nº 02.717.249/0001-48

André Almeida de Souza

Rodrigo Ascenção

## LICITAÇÕES| PM Joinville/SC- Recurso Administrativo

1 mensagem

**Andressa Araújo** <andressa@engenhodeideias.com.br>

10 de junho de 2026 às 16:27

Para: Secretaria de Administração e Planejamento - Unidade de Licitações <sap.lct@joinville.sc.gov.br>

Cc: Ricardo Jaques <ricardo@engenhodeideias.com.br>, Fernanda Streck Fernandes <fernanda.fernandes@engenhodeideias.com.br>

**ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE JOINVILLE/SC.**

**EDITAL SEI Nº 28020286/2026 - SAP.LCT  
CONCORRÊNCIA Nº 023/2026**

**ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ/MF sob o nº 07.895.771/0001-33, com sede na [Avenida Ipiranga, nº 7464, conjunto 1005](#), bairro Jardim Botânico, CEP 91530-000, Porto Alegre/RS, já qualificada no procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosamente, por intermédio de seu representante, apresentar RECURSO ADMINISTRATIVO, conforme documento em anexo.

Desde já, solicitamos a confirmação de leitura.



Recurso Administrativo - Engenho - Joinville -Ass...



ANDRESSA BERTOLETTI  
Analista de Licitações  
51 99874 4491  
enghodeideias.com.br



**ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE JOINVILLE/SC.**

EDITAL SEI Nº 28020286/2026 - SAP.LCT  
CONCORRÊNCIA Nº 023/2026

**ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ/MF sob o nº 07.895.771/0001-33, com sede na Avenida Ipiranga, nº 7464, conjunto 1005, bairro Jardim Botânico, CEP 91530-000, Porto Alegre/RS, já qualificada no procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosamente, por intermédio de seu representante legal ao final assinado, interpor o presente

**RECURSO ADMINISTRATIVO**

com fundamento na Lei nº 12.232/2010, no instrumento convocatório da Concorrência nº 023/2026, Edital SEI nº 28020286/2026 - SAP.LCT, e, subsidiariamente, na disciplina recursal prevista na Lei nº 14.133/2021, contra a decisão administrativa consubstanciada na Ata da 4ª Sessão, realizada em 1º de junho de 2026, em continuidade à sessão pública de 27 de maio de 2026, destinada ao recebimento, abertura, análise e julgamento dos invólucros nº 5, contendo os documentos de habilitação, bem como contra vícios objetivos e desconformidades materiais verificados nas propostas técnicas, nas propostas de preços e nos documentos de habilitação das licitantes EXIT COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA., SUPERNOVA CONSULTORIA EMPRESARIAL E PUBLICIDADE LTDA. E MÁGICA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

A presente insurgência volta-se contra a decisão administrativa que, após a análise dos documentos de habilitação, declarou habilitada e vencedora a licitante Exit Comunicação Estratégica Ltda. no Lote 1, declarou habilitada e vencedora a licitante Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. nos Lotes 2, 3, 4 e 5, manteve efeitos classificatórios atribuídos à licitante Mágica Comunicação e Marketing Ltda. nos lotes em que sua proposta permanece juridicamente relevante para o resultado do certame, sem prejuízo da inabilitação já reconhecida pela Comissão nos lotes correspondentes, e, ao mesmo tempo, preservou atos anteriores de julgamento que deixaram de reconhecer desconformidades objetivas relevantes nas propostas e na documentação das licitantes ora impugnadas.

O recurso demonstrará que a manutenção do resultado proclamado não se sustenta à luz do edital, da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 14.133/2021 e dos próprios critérios objetivos já aplicados pela Administração ao longo do procedimento, cuja matéria exige a continuidade do exame rigoroso da sequência procedimental, especialmente quanto à vinculação ao instrumento convocatório, à isonomia entre as licitantes, à coerência decisória da Comissão, à regularidade da habilitação das empresas declaradas vencedoras e à impossibilidade de tratamento desigual entre vícios de igual ou maior gravidade, tal como já realizado pela Comissão Especial de Licitação outrora.



Diante disso, requer-se a reforma do resultado proclamado, com o reconhecimento das irregularidades apontadas, a desclassificação das propostas que não satisfizeram as exigências fixadas no edital e em seus anexos, a inabilitação das licitantes que não comprovaram adequadamente o atendimento das condições exigidas para contratação, a readequação da classificação do certame e a prática dos atos subsequentes necessários à recomposição da legalidade, da isonomia, do julgamento objetivo e da segurança jurídica do procedimento.

## 1. DA TEMPESTIVIDADE

O presente Recurso Administrativo é tempestivo, visto que a insurgência observa o prazo recursal aplicável ao julgamento da habilitação, nos termos do instrumento convocatório da Concorrência nº 023/2026 e da disciplina prevista no art. 165 da Lei nº 14.133/2021.

Conforme consignado na Ata da 4ª Sessão, após a proclamação do resultado da habilitação, os proponentes foram comunicados acerca da abertura do prazo para manifestação da intenção de recurso e, na sequência, do prazo de 03 três dias úteis para apresentação das respectivas razões recursais.

Assim, considerando que o prazo final para apresentação das razões recursais se encerra em 10/06/2026, revela-se plenamente tempestiva a presente insurgência, devendo ser conhecida e regularmente processada pela Comissão Especial de Licitação.

## 2. DOS FATOS E DO DIREITO

O Município de Joinville/SC instaurou a Concorrência nº 023/2026, regida pelo Edital SEI nº 28020286/2026 - SAP.LCT, para contratação de serviços de publicidade e propaganda destinados ao atendimento das demandas de comunicação institucional de interesse público da Administração Municipal, sob o regime da Lei nº 12.232/2010 e com aplicação subsidiária da Lei nº 14.133/2021.

A Recorrente participou regularmente do certame, apresentando suas propostas na forma exigida pelo instrumento convocatório. Ocorre que o resultado consolidado no procedimento revela vícios objetivos que atingem a regularidade da classificação, da habilitação e da proclamação das vencedoras, especialmente quanto às licitantes Exit Comunicação Estratégica Ltda., Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. e Mágica Comunicação e Marketing Ltda.

A presente insurgência não traduz inconformismo genérico com o resultado, nem tentativa de substituir a avaliação técnica por preferência subjetiva da Recorrente.

O recurso impugna desconformidades concretas, objetivamente verificáveis e juridicamente relevantes, todas relacionadas ao descumprimento de regras editalícias que vinculavam igualmente a Administração, a Comissão Especial de Licitação, a Subcomissão Técnica e todas as concorrentes.



No plano das propostas técnicas, verificam-se vícios relacionados à extrapolação do limite de peças admitido na Ideia Criativa, à apresentação de elementos comunicacionais adicionais sob aparência de acessórios, ao preenchimento incorreto ou inconsistente da tabela obrigatória da campanha simulada, à omissão de peças, formatos ou custos efetivamente previstos nos Planos de Comunicação, à extrapolação da verba referencial quando recomposta a composição econômica das campanhas e à utilização de soluções incompatíveis com as regras editalícias aplicáveis à mídia e à não mídia.

No plano da composição econômica das campanhas simuladas, as inconsistências comprometem a comparabilidade entre as licitantes, pois peças, formatos, adaptações, soluções de veiculação, materiais de apoio, custos internos, custos de terceiros, honorários e elementos obrigatórios efetivamente previstos nas estratégias apresentadas não foram devidamente refletidos na planilha obrigatória, ou foram precificados por categoria incompatível com a própria descrição da proposta, com impacto direto sobre o limite de verba, a igualdade competitiva e a aferição de conformidade das propostas.

No tocante às propostas de preços, também há desconformidade relevante a ser examinada, especialmente porque a Supernova, nos Lotes 1, 4 e 5, apresentou item específico de honorários com redação incompleta, sem reproduzir integralmente a referência exigida às Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP para a hipótese em que a atuação da agência se limitar à contratação ou ao pagamento de serviços ou suprimentos.

A questão repercute diretamente na regularidade da proposta econômica, pois envolve a forma de remuneração da agência e os parâmetros obrigatórios da futura execução contratual.

Acerca da habilitação, há questões igualmente relevantes quanto à suficiência, validade, completude e força comprobatória dos documentos apresentados pelas licitantes declaradas habilitadas ou mantidas em posição juridicamente relevante no certame, à luz das exigências expressas do item 10 do edital, da legislação de regência e dos critérios objetivos já adotados pela própria Comissão no curso do procedimento.

Reconhece-se, desde logo, que a Comissão Especial de Licitação conduziu o certame, até aqui, com postura criteriosa, técnica e atenta à força normativa do edital, tratando as exigências de apresentação, formatação, identificação, preenchimento e conformidade das propostas como verdadeiras condições objetivas de admissibilidade, e não como recomendações de cumprimento facultativo.

As desclassificações já promovidas ao longo do procedimento, inclusive por inobservância dos itens 6.1.3.4, alíneas b, e, f, k e m, 6.1.3.5 e 8.6, alínea c, revelam justamente esse padrão de rigor institucional, aplicado a exigências de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária e de preenchimento da tabela (Anexo Único).

Esse rigor merece ser preservado, porque protege a isonomia, assegura o julgamento objetivo e impede que a competição seja desnaturada por tolerâncias casuísticas.

Exatamente por isso, a Recorrente não pede mudança de orientação, mas sua continuidade lógica e uniforme, para que desconformidades de igual ou maior gravidade não



sejam relativizadas quando praticadas por licitantes que ocupam posições determinantes na classificação final.

O recurso, portanto, busca a recomposição da legalidade do procedimento, com o reconhecimento das irregularidades apontadas, a revisão dos atos de julgamento que mantiveram propostas desconformes, a reanálise da habilitação das licitantes impugnadas e a consequente readequação do resultado do certame, em observância à vinculação ao edital, à isonomia, ao julgamento objetivo, à motivação idônea, à coerência administrativa e à segurança jurídica.

### 3. DAS RAZÕES DO PRESENTE RECURSO

O presente recurso se estrutura em frentes autônomas e complementares, todas voltadas à recomposição da regularidade do resultado da Concorrência nº 023/2026.

Inicialmente, demonstram-se vícios objetivos nas propostas técnicas das licitantes Exit Comunicação Estratégica Ltda., Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. e Mágica Comunicação e Marketing Ltda., especialmente quanto ao descumprimento das regras relativas ao limite de peças, à forma de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, à composição da campanha simulada, ao preenchimento da tabela obrigatória de custos e à observância dos limites impostos aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Na sequência, apontam-se inconsistências na composição econômica das campanhas simuladas e na aplicação da verba determinada no Edital, na medida em que peças, formatos, materiais, soluções, custos internos, custos de terceiros, honorários ou condições efetivamente previstos nas estratégias apresentadas não foram adequadamente refletidos na planilha exigida pelo edital, ou foram subdimensionados por enquadramento incompatível com a própria descrição da campanha, comprometendo a aferição da verba referencial, a comparabilidade entre as concorrentes, a igualdade de condições no julgamento e a segurança da futura execução contratual.

Também serão examinadas desconformidades específicas nas propostas de preços, especialmente quanto à aderência das condições econômicas apresentadas aos percentuais, critérios remuneratórios e parâmetros obrigatórios definidos no edital e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Por fim, examinam-se vícios e insuficiências nos documentos de habilitação das licitantes impugnadas, cuja análise é indispensável diante da decisão administrativa que declarou habilitada e vencedora a Exit no Lote 1 e a Supernova nos Lotes 2, 3, 4 e 5, além da necessidade de controle das posições classificatórias ocupadas pela Mágica nos lotes em que sua proposta permanece juridicamente relevante para o resultado do certame.

Assim, o recurso não busca substituir a avaliação técnica da Subcomissão por preferência da Recorrente. Busca, isto sim, que o julgamento permaneça vinculado ao edital, aos esclarecimentos oficiais, à motivação congruente, à isonomia, ao julgamento objetivo, à coerência administrativa e à segurança jurídica.



Diante disso, passa-se à demonstração objetiva das razões que impõem o reconhecimento das desconformidades apontadas, a desclassificação das propostas que não satisfizeram as exigências editalícias, a inabilitação das licitantes que não comprovaram adequadamente o atendimento das condições exigidas e a consequente readequação do resultado do certame.

### 3.1. DO MÉRITO

#### 3.1.1. DOS VÍCIOS OBJETIVOS VERIFICADOS NO ENVELOPE Nº 1 E DA NECESSÁRIA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DESCONFORMES

##### 3.1.1.1. Da extrapolação do limite de seis peças na Ideia Criativa da Exit Comunicação Estratégica Ltda.

O item 8.2.3 do edital estabeleceu regra objetiva para a apresentação da Ideia Criativa, limitando-a a, no máximo, seis peças exemplificativas, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia, todas descritas sob a forma de roteiros e textos, sem apresentação de layout.

8.2.3 – Ideia criativa: Apresentação em, no máximo seis páginas de papel tamanho A4, de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a representem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitada a seis, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia. Faz parte da ideia criativa a frase síntese - slogan - e as peças que a corporificam. Não será admitido, para este quesito, a apresentação de layout. (grifo no original)

A Exit Comunicação Estratégica Ltda., no Lote 1, apresentou formalmente seis peças, indicando, em síntese, filme de 30 segundos, spot de 30 segundos, banner, placa, vídeo de 30 segundos e carta.

Ocorre que a sexta peça, descrita como peça de não mídia nº 3, não corresponde a uma única peça publicitária, mas a duas peças distintas, pois a própria licitante descreveu uma carta dentro de um envelope convencional, atribuindo conteúdo comunicacional próprio também ao envelope.



Peça de não-mídia nº 3: **carta dentro de um envelope convencional.** O envelope será simples, sem a aparência de uma peça de marketing. Esse envelope com a carta será distribuído aos cidadãos que frequentam os equipamentos públicos da Prefeitura de Joinville. **Por fora do envelope, na parte do destinatário, estará escrito: "Carta para você."** **Na parte do remetente, estará escrito: "Remetente: Prefeitura de Joinville".** A carta terá uma aparência de ter sido escrita à mão. Texto da carta: "Antigamente era assim que as pessoas trocavam mensagens. Hoje em dia ficou muito mais rápido e fácil, né? Mas se você acha que já deveria amar a tecnologia por causa disso, prepare-se para mais um motivo: Joinville Fácil. Serviços públicos municipais de um jeito simples, prático e seguro, pra você resolver tudo sem perder tempo. Zeladoria Urbana, Horários de Ônibus, Agendamentos, Defesa Civil, Ouvidoria, entre muitos outros. Baixe no seu celular ou acesse também pelo computador: [facil.joinville.sc.gov.br](http://facil.joinville.sc.gov.br). Joinville Fácil. A cidade fica melhor quando a gente se conecta." Logo abaixo desse texto teremos um QR Code direcionando para o app Joinville Fácil na loja de aplicativos do celular, junto ao texto "Baixe já". E na base da carta entra a marca do aplicativo Joinville Fácil e a assinatura da Prefeitura de Joinville.

Não se trata, portanto, de mero suporte físico neutro ou embalagem sem expressão comunicacional. A proposta da Exit não menciona um envelope liso, inerte e desprovido de mensagem, mas um envelope personalizado com dizeres próprios, diretamente vinculados à ação de comunicação proposta.

Ao prever que, na parte externa do destinatário, constaria a expressão "Carta para você" e que, na parte do remetente, constaria "Remetente: Prefeitura de Joinville", a licitante conferiu ao envelope função publicitária autônoma, transformando-o em peça integrante da campanha.

Essa conclusão é reforçada pela própria redação utilizada pela Exit, ao afirmar que o envelope seria simples e sem aparência de uma peça de marketing. A tentativa de afastar a aparência de peça publicitária não elimina sua natureza comunicacional. Ao contrário, evidencia que o envelope foi concebido como elemento estratégico da ação, com aparência deliberadamente disfarçada para gerar abertura, curiosidade e interação do público com a mensagem. Em outras palavras, o envelope não apenas acondiciona a carta, mas participa da lógica persuasiva da campanha.

A distinção entre carta e envelope, ademais, não é artificial. A própria Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC trata carta e envelope como itens distintos, com valores próprios, o que confirma que, sob a ótica técnica e econômica aplicável à licitação, não se está diante de um único material, mas de duas peças autônomas, cada qual com previsão, criação e custo específicos.

3	Circular / <b>Carta</b> - por página	1.431,00
3	<b>Envelope</b>	2.006,00



Logo, a Exit, embora tenha apresentado sua Ideia Criativa como se contivesse seis peças, incluiu, na realidade, sete peças publicitárias, pois a peça de não mídia nº 3 compreende, simultaneamente, uma carta e um envelope personalizado.

A consequência é objetiva. Houve descumprimento direto do item 8.2.3 do edital, que limitava a apresentação a seis peças, sendo vedado à licitante ampliar sua entrega criativa mediante a incorporação de peça adicional sob a aparência de componente acessório.

A irregularidade não é irrelevante nem meramente formal. O limite de peças é condição de isonomia entre as licitantes, pois impede que uma concorrente desenvolva sua campanha com maior quantidade de elementos comunicacionais do que as demais, ampliando indevidamente sua capacidade de demonstrar conceito, desdobramento criativo, cobertura de públicos e execução estratégica.

Trata-se de descumprimento objetivo do edital e de seus anexos, consistente na apresentação de uma sétima peça na Ideia Criativa, com impacto direto na isonomia e no julgamento objetivo, impondo-se a desclassificação da proposta, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital e do art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

### **3.1.1.2. Do preenchimento inconsistente da tabela do Anexo Único pela Exit e da omissão de peças efetivamente previstas na campanha simulada**

Inicialmente, necessário registrar que a tabela do Anexo Único não tem função meramente ilustrativa. Trata-se de instrumento obrigatório de demonstração da campanha simulada, destinado a permitir a conferência da composição dos custos, da compatibilidade com a verba referencial e da correlação entre a estratégia apresentada e os valores nela alocados.

Por isso, todas as peças previstas, sugeridas ou descritas pela licitante deveriam estar adequadamente refletidas na planilha, com a indicação correspondente de quantidade, custos internos, custos de terceiros, honorários e valor total.

No caso da Exit, não há correspondência integral entre o conteúdo efetivamente descrito no Plano de Comunicação e aquilo que foi quantificado e precificado na tabela do Anexo Único. Ao longo da proposta, a licitante descreve, pelo menos, quinze peças integrantes da campanha, embora a tabela do Anexo Único não reflita essa realidade. Vejamos:

A própria proposta menciona filme de 30 segundos para televisão.

O **filme de 30 segundos** será veiculado durante todo o período da campanha na televisão, meio que, segundo a pesquisa ACAERT realizada pela Kantar IBOPE Media em 2024, apresenta 97% de penetração em Santa Catarina. O filme será exibido preferencialmente

Também menciona peça de 30 segundos para rádio - spot.



No rádio, a campanha terá alta veiculação com **peça de 30 segundos** em oito emissoras locais: 89 FM, Jovem Pan, Nativa, ND FM, Massa FM, Atlântida FM, CBN e Classic Pan. A escolha abrange perfis diversos: as rádios populares, como Massa, Nativa e 89 FM, garantem audiência em horários comerciais; as voltadas ao público jovem, como Jovem Pan e Atlântida, conectam o aplicativo ao cotidiano urbano; e a CBN agrega credibilidade

Na mídia exterior digital, a Exit prevê vídeos animados de 10 segundos em painéis de LED.

A mídia exterior DOOH utilizará **vídeos animados de 10 segundos em painéis de LED** para ampliar o impacto visual. Com 89% de penetração, o OOH é essencial para conversão, conforme o estudo Inside OOH, da Kantar, de 2023. A distribuição prioriza regiões centrais e ruas de tráfego intenso, tanto do transporte particular quanto do

No YouTube, a proposta prevê a redução do filme para 10 segundos. Não se pode considerar o vídeo OOH e o vídeo para YouTube como uma única peça. O OOH tem características próprias do meio e é veiculado sem áudio, enquanto o vídeo para YouTube pressupõe construção audiovisual completa, com som, locução, trilha ou efeitos. Essa diferença técnica exige roteiros distintos e, por consequência, configura a existência de duas peças autônomas.

No YouTube, veicularemos a **redução do filme para 10 segundos**, segmentada por geolocalização para Joinville. No Instagram e no Facebook, com anúncios em feed, stories e reels, exploraremos diferentes abordagens criativas com grande poder de segmentação por idade, interesse, localização e comportamento. Na rede de display do

No Instagram e no Facebook, a licitante prevê anúncios em feed, stories e reels, indicando três desdobramentos próprios de mídia digital. A referência a diferentes abordagens criativas evidencia que a proposta não se limitou a uma única peça para redes sociais. Uma delas é o vídeo vertical de 30 segundos indicado na Ideia Criativa – peça de não-mídia nº 2. Para que houvesse, de fato, mais de uma abordagem criativa, seria necessária **ao menos** uma segunda peça, sendo o mínimo plausível, por mencionarem o formato reels, um novo vídeo de 15 segundos.

geolocalização para Joinville. No Instagram e no Facebook, com **anúncios em feed, stories e reels**, exploraremos **diferentes abordagens criativas** com grande poder de segmentação por idade, interesse, localização e comportamento. Na rede de display do

Peça de não-mídia nº 2: **vídeo vertical de 30 segundos** para postagem nas redes sociais da Prefeitura de Joinville. A parte instrumental da trilha da campanha toca ao fundo de

Na rede de display do Google, a Exit prevê banners. A utilização do termo banners, no plural, indica a previsão de pelo menos dois materiais distintos. Ainda que um banner tenha sido mencionado na Ideia Criativa, no formato 728x90, a própria redação da proposta



revela a existência de, **no mínimo**, mais um banner não individualizado nem adequadamente refletido na composição da campanha.

No YouTube, veicularemos a redução do filme para 10 segundos, segmentada por geolocalização para Joinville. No Instagram e no Facebook, com anúncios em feed, stories e reels, exploraremos diferentes abordagens criativas com grande poder de segmentação por idade, interesse, localização e comportamento. Na rede de display do Google, utilizaremos **banners** e anúncios em vídeo para impactar o morador com chamada direta para download do aplicativo. A projeção de entrega é de 2.778 cliques

Peça de mídia nº 3: **super banner on-line estático no formato 728x90.** A peça seguirá a identidade descrita na matriz visual, e terá o seguinte título: "Serviços municipais de um jeito rápido. Tá no celular. É só baixar." A formulação do texto preserva uma relação com

Além disso, a proposta contempla a instalação de até 20 placas de comunicação, vinculadas às ações de não mídia.

Além da mídia paga, a campanha contempla ações de não mídia voltadas à utilidade imediata e ao engajamento direto, levando a mensagem para onde a vida do cidadão acontece. Propomos a instalação de até **20 placas de comunicação** ao lado de placas de obras municipais, no tamanho de 1m x 1,80m, produzidas em estrutura de metalon com

Na peça de não mídia nº 3, a Exit descreve carta e envelope, os quais não constituem uma única peça, pois o envelope recebeu texto próprio e função comunicacional específica, conforme já demonstrado no item anterior.

Peça de não-mídia nº 3: carta dentro de um envelope convencional. O envelope será simples, sem a aparência de uma peça de marketing. Esse **envelope** com a carta será distribuído aos cidadãos que frequentam os equipamentos públicos da Prefeitura de Joinville. Por fora do envelope, na parte do destinatário, estará escrito: "Carta para você." Na parte do remetente, estará escrito: "Remetente: Prefeitura de Joinville". A **carta** terá uma aparência de ter sido escrita à mão. Texto da carta: "Antigamente era assim que as

Por fim, a licitante ainda menciona conteúdos orgânicos nas redes sociais, incluindo tutoriais. A utilização do termo tutoriais, no plural, conduz necessariamente à conclusão de que a proposta prevê **pelo menos** dois materiais diferentes. Não se trata de uma única peça, mas de uma pluralidade de conteúdos instrutivos, cada qual com elaboração própria e repercussão na quantidade de peças e nos custos correspondentes.

Por fim, as redes sociais municipais entregarão conteúdos orgânicos, como o filme de 30 segundos, a peça nº 2 de não mídia descrita na ideia criativa, além de **tutoriais** e cases de usuários para estimular a validação social do serviço.



E cases de usuários. A utilização do termo cases, no plural, também revela a previsão de **peelo menos** dois materiais diferentes. A proposta, portanto, não contempla um único case, mas uma pluralidade de conteúdos de validação social, com autonomia comunicacional e necessidade de contabilização própria.

Por fim, as redes sociais municipais entregarão conteúdos orgânicos, como o filme de 30 segundos, a peça nº 2 de não mídia descrita na ideia criativa, além de tutoriais e **cases** de usuários para estimular a validação social do serviço.

Para melhor entendimento, eis a relação das peças apresentadas:

1. Filme de 30 segundos para televisão
2. Spot de 30 segundos para rádio
3. Vídeo de 10 segundos para OOH
4. Vídeo de 10 segundos para YouTube
5. Vídeo vertical de 30 segundos para redes sociais
6. Segunda peça para redes sociais, com "diferente abordagem criativa"
7. Banner web 728 x 90
8. Segundo banner web
9. Placa
10. Carta
11. Envelope
12. Primeiro tutorial
13. Segundo tutorial
14. Primeiro case
15. Segundo case

Das 15 peças identificadas na proposta, a Exit levou à planilha e precificou apenas 8, deixando de refletir integralmente os materiais efetivamente previstos na campanha.

- **Televisão:** (1) filme 30"
- **Rádio:** (2) spot 30"
- **Internet:** (3) vídeo vertical 30" para redes sociais | (4) Banner digital 728 x 90 px
- **Programática:** (5) vídeo 10" redução para YouTube
- **Impressos:** (6) carta
- **Outros:** (7) vídeo 10" para DOOH | (8) placa

A seguir, apresenta-se o demonstrativo detalhado do cálculo constante da proposta da licitante Exit:

Peças apresentadas no Plano de Comunicação	Quant.	Valor unitário	Desc 30%	Valor Custos Internos (descontado 30%)
Filme 30"	1	R\$ 7.159,00	R\$ 2.147,70	R\$ 5.011,30
Spot 30" (com enredo)	1	R\$ 3.215,00	R\$ 964,50	R\$ 2.250,50
Vídeo vertical 30"	1	R\$ 7.159,00	R\$ 2.147,70	R\$ 5.011,30
Banner digital 728x90	1	R\$ 2.202,00	R\$ 660,60	R\$ 1.541,40
Vídeo 10" (redução para YouTube)	1	R\$ 5.726,00	R\$ 1.717,80	R\$ 4.008,20
Carta	1	R\$ 1.431,00	R\$ 429,30	R\$ 1.001,70
DOOH 10"	1	R\$ 2.863,00	R\$ 858,90	R\$ 2.004,10
Placa 1x1,8m	1	R\$ 2.247,00	R\$ 674,10	R\$ 1.572,90
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 22.401,40</b>



Ademais, a tabela do Anexo Único apresentada pela Exit confirma o subdimensionamento da proposta. Na coluna Quantidade, volume ou peças, a licitante informa apenas 1 peça para televisão, 1 para rádio, 2 para internet, 1 para programática, 1 para impressos e 2 para outros, totalizando apenas 8 peças precificadas, em contraste com as 15 peças efetivamente previstas no corpo do Plano de Comunicação.

MEIO	QUANTIDADE, VOLUME OU PEÇAS	CUSTOS (R\$)			VALOR TOTAL (R\$)
		INTERNOS	TERCEIROS	HONORÁRIOS	
Televisão	1	R\$ 5.011,30	R\$ 256.673,20	R\$ 60.303,30	R\$ 321.987,80
Rádio	1	R\$ 2.250,50	R\$ 96.371,66	R\$ 23.942,89	R\$ 122.564,95
Internet	2	R\$ 6.552,70	R\$ 10.850,00	R\$ 1.627,50	R\$ 19.030,20
Programática	1	R\$ 4.008,20	R\$ 40.100,00	R\$ 9.615,00	R\$ 53.723,20
Jornal					
Revista					
Impressos	1	R\$ 1.001,70	R\$ 2.600,00	R\$ 390,00	R\$ 3.991,70
Outdoor					
Outros*	2	R\$ 3.577,00	R\$ 53.760,00	R\$ 11.240,00	R\$ 68.577,00
Total dos custos de produção					R\$ 123.658,90
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto da agência)					R\$ 475.818,45
<b>TOTAL GERAL</b>					R\$ 589.874,85

As 7 peças omitidas são: envelope personalizado; vídeo adicional de 15" para feed, stories e reels; segundo banner digital; dois tutoriais; e dois cases de usuários. **Todas decorrem do próprio texto da proposta da Exit e todas demandavam reflexo específico na composição dos custos internos.**

Entre as peças omitidas está o **envelope**. A própria Exit descreveu que não se trataria de envelope simples ou meramente funcional, mas de envelope personalizado para a ação, com textos próprios, destinados ao destinatário e ao remetente. A partir do momento em que o envelope passa a carregar mensagem específica da campanha, deixa de ser mero suporte físico e passa a constituir peça comunicacional autônoma, com custo próprio de criação.

Também há omissão de um **segundo vídeo para redes sociais**. Ao afirmar que os anúncios para feed, stories e reels explorariam diferentes abordagens criativas, a Exit reconhece a existência de mais de uma execução. Uma dessas peças é o vídeo vertical de 30 segundos já indicado na Ideia Criativa. Para que houvesse, de fato, abordagem criativa diversa, seria necessária ao menos uma segunda peça, sendo o mínimo plausível, em formato reels, um vídeo de 15 segundos.

A mesma lógica se aplica aos **banners digitais**. A proposta utiliza o termo banners no plural, o que revela a previsão de pelo menos dois materiais distintos. Um deles foi mencionado na Ideia Criativa, no formato 728 x 90 pixels. O segundo, entretanto, não foi



individualizado, quantificado ou precificado, embora decorra diretamente da redação adotada pela própria licitante.

Há, ainda, a previsão de **tutoriais**, no plural. A utilização dessa expressão conduz necessariamente à existência de, pelo menos, dois materiais distintos. Não se trata de uma única peça, mas de conteúdos instrutivos autônomos, cada qual com elaboração própria e repercussão direta na quantidade de peças e nos custos correspondentes. A própria Tabela SINAPRO possui item específico para tutorial, com valor próprio de referência.

19 Vídeo tutorial

5.726,00

O mesmo ocorre com os **cases** de usuários. A Exit utiliza a palavra cases no plural, o que revela a previsão de, pelo menos, dois materiais diferentes de validação social. Esses conteúdos não se confundem com as demais peças já contabilizadas, pois possuem função comunicacional própria, voltada à demonstração de experiências de usuários, e deveriam ter sido refletidos na planilha de custos.

A própria proposta da Exit confirma a diferença entre reaproveitamento e criação de novas peças. Quando quis indicar reaproveitamento de materiais já apresentados, a licitante o fez expressamente, mencionando o filme de 30 segundos e a peça nº 2 de não mídia descrita na Ideia Criativa. Essa ressalva não aparece nos demais materiais ora apontados. Logo, quando não há indicação expressa de reaproveitamento, deve-se concluir que a própria Exit estava prevendo novas peças dentro do Plano de Comunicação, todas sujeitas a individualização, quantificação e precificação.

Por fim, as redes sociais municipais entregarão conteúdos orgânicos, como o filme de 30 segundos, a peça nº 2 de não mídia descrita na ideia criativa, além de tutoriais e cases de usuários para estimular a validação social do serviço.

Esse registro é decisivo porque revela a lógica interna adotada pela própria Exit. Nas hipóteses em que havia reaproveitamento, a licitante deixou isso claro no texto da proposta. Já em relação às peças omitidas da planilha, como envelope personalizado, vídeo adicional, segundo banner digital, tutoriais e cases de usuários, não há qualquer indicação de reaproveitamento.

Assim, a defesa de que tais materiais estariam absorvidos por peças já precificadas não se sustenta diante da própria redação da proposta. Quando não há menção expressa a reaproveitamento, a leitura objetiva é a de que se trata de nova peça prevista no Plano de Comunicação, a qual deveria ter sido individualizada, quantificada e precificada no Anexo Único.

A proposta distingue, ela mesma, as hipóteses de reaproveitamento das hipóteses de criação de novos conteúdos. Por isso, todas as peças novas mencionadas no Plano deveriam ter sido refletidas na tabela, sob pena de subdimensionamento artificial da campanha, quebra da comparabilidade entre as propostas e violação ao limite econômico da verba referencial.



O cálculo das peças não contabilizadas confirma a gravidade do vício. Mesmo adotando a leitura mais conservadora possível, com o mínimo de materiais necessários para corresponder ao que a própria Exit propôs, os custos internos omitidos somam R\$ 22.986,60.

Peças apresentadas no Plano de Comunicação e NÃO PRECIFICADAS	Quant.	Valor unitário	Desc 30%	Valor Custos Internos (descontado 30%)
Envelope	1	R\$ 2.006,00	R\$ 601,80	R\$ 1.404,20
Anúncio em feed / stories / reels	1	R\$ 5.726,00	R\$ 1.717,80	R\$ 4.008,20
Banner digital	1	R\$ 2.202,00	R\$ 660,60	R\$ 1.541,40
Vídeo "tutorial"	2	R\$ 5.726,00	R\$ 3.435,60	R\$ 8.016,40
Vídeo "case" 15"	2	R\$ 5.726,00	R\$ 3.435,60	R\$ 8.016,40
<b>TOTAL DAS PEÇAS NÃO CONTABILIZADAS PELA EXIT</b>				<b>R\$ 22.986,60</b>

A recomposição mínima dos custos omitidos evidencia o impacto econômico da irregularidade.

O ponto é objetivo. A simulação acima não amplia artificialmente a proposta da Exit. Ao contrário, considera apenas o mínimo necessário para dar consequência ao que a licitante efetivamente escreveu em seu Plano de Comunicação. Se a proposta fala em envelope personalizado, diferentes abordagens criativas, banners, tutoriais e cases, esses materiais existem na campanha e não podem desaparecer da planilha apenas para preservar a aparência de enquadramento na verba referencial.

Daí decorrem dois vícios graves e inequívocos.

O primeiro é a omissão, na tabela do Anexo Único, de todas as peças efetivamente previstas na proposta, em descumprindo o item 8.6 letras "b" e "e". A Exit apresentou uma campanha com, no mínimo, 15 peças, mas declarou e precificou apenas 8 na coluna Quantidade, volume ou peças, conforme reprodução acima colacionada.

O segundo é a extrapolação da verba referencial quando considerados os custos corretos, em descumprindo o item o item 8.6 letra "b" e "e". **A Exit apresentou total de R\$ 589.874,85. Se acrescidos os custos internos mínimos das peças não contabilizadas, no valor de R\$ 22.986,60, o total corrigido da campanha passa a ser de R\$ 612.861,45, superando em R\$ 12.861,45 a verba referencial de R\$ 600.000,00.**

#### 1.2 DIVISÃO POR TEMAS E VERBAS REFERENCIAIS

LOTE	FUNÇÃO	TEMA	VERBA REFERENCIAL
1	FUNÇÃO ESTRATÉGICA	Campanha de divulgação dos benefícios em utilizar a solicitação digital dos serviços da Prefeitura, com foco nas funcionalidades disponíveis no aplicativo Joinville Fácil.	R\$ 600.000,00

A irregularidade é material, e não meramente formal. Todas as peças sugeridas ou previstas para a campanha devem ter seus custos considerados, justamente para permitir a



aferição do respeito à verba referencial, a comparação objetiva entre as propostas e a preservação da isonomia entre as licitantes.

Ao apresentar uma campanha mais robusta do que aquela efetivamente orçada, a Exit obteve vantagem competitiva indevida. A licitante encorpou sua estratégia com peças adicionais, ampliou a percepção de abrangência e densidade de sua campanha, mas deixou de refletir os custos correspondentes na planilha obrigatória. Esse expediente compromete o julgamento objetivo, distorce a comparação econômica entre as propostas e viola a vinculação ao edital.

Não se pode admitir que uma licitante apresente mais peças no texto da proposta e menos peças na planilha de custos. A campanha deve ser uma só. Se o material foi previsto no Plano de Comunicação, deve ser contabilizado. Se gera criação, produção ou adaptação, deve ser precificado. Se o custo correto conduz à superação da verba referencial, a consequência jurídica é a desconformidade da proposta.

Dessa forma, ao não relacionar no Anexo Único todas as peças efetivamente previstas em seu Plano de Comunicação, a Exit omitiu custos internos indispensáveis à aferição da verba referencial e reduziu artificialmente o valor global da campanha. Recomposta a proposta com os custos mínimos das 07 peças não contabilizadas, o total alcança R\$ 612.861,45, superando em R\$ 12.861,45 o limite de R\$ 600.000,00.

Trata-se de descumprimento objetivo do edital e de seus anexos, especialmente do item 8.6, alíneas “b” e “e”, com impacto direto na isonomia e no julgamento objetivo, impondo-se a desclassificação da proposta, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital e do art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

### **3.1.1.3. Da ausência do custo de fornecimento e impressão dos envelopes previstos na campanha simulada apresentada pela Exit no Lote 1, e da consequente extrapolação da verba**

Além dos custos internos omitidos na planilha do Anexo Único, já demonstrados no tópico anterior, a Exit também deixou de considerar o custo de fornecimento e impressão dos envelopes previstos em sua própria campanha simulada.

A irregularidade ora apontada não repete o vício já demonstrado quanto à criação do envelope como peça autônoma. Trata-se de vício adicional, relativo ao custo de produção material dos envelopes em escala compatível com a própria ação descrita pela Exit.

O vício é distinto e cumulativo. No tópico anterior, demonstrou-se que o envelope não era mero suporte físico, mas peça comunicacional autônoma, dotada de textos próprios e função persuasiva específica. Aqui, o ponto é outro: ainda que se examinasse apenas a execução material da ação, a Exit tampouco contabilizou o custo de produção dos envelopes, embora tenha previsto a distribuição de cartas acondicionadas em envelopes personalizados.

A proposta da Exit não trata de algumas unidades ou de quantidade residual que pudesse ser suprida manualmente. A ação pressupõe a distribuição de 15.000 cartas, o que exige, necessariamente, 15.000 envelopes correspondentes. E esses envelopes, segundo a



própria descrição da licitante, conteriam a expressão “Carta para você” no campo do destinatário e a indicação “Remetente: Prefeitura de Joinville” no campo do remetente.

Portanto, não se está diante de envelope comum, liso ou indiferente à campanha. A própria personalização descrita pela Exit impõe custo de fornecimento e impressão, que deveria ter sido refletido na composição econômica da campanha simulada, na rubrica de custos de terceiros e nos honorários correspondentes.

Para demonstrar a materialidade econômica da omissão, a Recorrente obteve orçamento de produção gráfica para 15.000 unidades de cartas e envelopes, em condições compatíveis com os materiais descritos pela própria Exit.

O orçamento da Gráfica Continente, empresa atuante no mercado gráfico de Santa Catarina, indicou custo total de R\$ 7.950,00 para a produção conjunta das cartas e dos envelopes, sendo R\$ 3.000,00 para os ofícios timbrados e R\$ 4.950,00 apenas para o fornecimento e impressão dos envelopes, conforme orçamento anexo.

<p><b>01) 15.000 Ofício Timbrado</b> 210x297mm, 4x0 cores em Off Set 75g. Refilo.</p> <p><b>Total: R\$ 3.000,00 Unit: 0,20 Pcto: 28 dias em boleto</b></p>
<p><b>02) 15.000 Envelo Ofício - Envelope timbrado</b> 11,4x22,9cm, 1x0 cor em Envelope Ofício 90 G 11,4x22,9.</p> <p><b>Total: R\$ 4.950,00 Unit: 0,33 Pcto: 28 dias em boleto</b></p>

Esse dado também evidencia a inconsistência do valor lançado pela Exit no Anexo Único. Na linha Impressos, coluna custos de terceiros, a licitante indicou o valor de apenas R\$ 2.600,00, e na sequência os honorários de 15% correspondentes (R\$ 390,00). Esse valor não comporta, de forma minimamente plausível, a impressão das cartas e também o fornecimento e impressão de 15.000 envelopes personalizados.

Impressos	1	R\$ 1.001,70	R\$ 2.600,00	R\$ 390,00	R\$ 3.991,70
-----------	---	--------------	--------------	------------	--------------

A omissão, portanto, é objetiva. A Exit considerou apenas a carta, mas ignorou o custo de produção dos envelopes necessários à execução da própria ação que apresentou. Como o orçamento obtido indica custo de R\$ 4.950,00 apenas para os envelopes, e como sobre esse valor incidem honorários de 15%, há acréscimo mínimo de R\$ 5.692,50 que deveria ter integrado a campanha simulada.

No tópico anterior, já se demonstrou que, apenas com a recomposição dos custos internos das 7 peças não contabilizadas, a proposta da Exit alcançava R\$ 612.861,45, superando em R\$ 12.861,45 a verba referencial de R\$ 600.000,00. Com a inclusão do custo mínimo de fornecimento e impressão dos envelopes, acrescido dos honorários correspondentes, o total mínimo da campanha passa a R\$ 618.553,95.

**Assim, a proposta da Exit supera a verba referencial em, no mínimo, R\$ 18.553,95.**



A irregularidade não é meramente formal. A licitante apresentou ação mais robusta do que aquela efetivamente refletida em sua planilha, incorporando envelopes personalizados em quantidade expressiva, mas sem contabilizar o custo de sua produção. Com isso, reduziu artificialmente o valor global da campanha, preservando apenas a aparência de enquadramento na verba referencial.

A campanha simulada deve refletir todos os custos necessários à sua execução. Se a proposta prevê carta dentro de envelope personalizado, a produção do envelope não pode desaparecer da planilha.

A omissão compromete a aferição da verba, a comparabilidade entre as propostas e a isonomia entre as licitantes, pois permite que uma concorrente apresente solução comunicacional mais encorpada sem suportar, na composição econômica, os custos correspondentes.

Dessa forma, ao deixar de contabilizar o custo de fornecimento e impressão dos 15.000 envelopes previstos em sua campanha simulada, a Exit descumpriu o item 8.6, alíneas “b” e “e”, do edital, agravando a extrapolação da verba referencial e impondo a desclassificação da proposta, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital e do art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

#### **3.1.1.4. Da omissão de custos internos do slogan, item de apresentação obrigatória da Exit no Lote 1**

Há, ainda, outro erro objetivo na composição econômica da campanha simulada apresentada pela Exit: a ausência de contabilização dos custos internos de criação do slogan.

O item 8.2.3 do edital é expresso ao estabelecer que a frase-síntese, slogan, faz parte da Ideia Criativa, juntamente com as peças que a corporificam. Portanto, não se trata de elemento acessório, facultativo ou estranho à campanha, mas de componente obrigatório da proposta técnica, expressamente previsto no instrumento convocatório.

8.2.3 – Ideia criativa: Apresentação em, no máximo seis páginas de papel tamanho A4, de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a representem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitada a seis, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia. Faz parte da ideia criativa a frase síntese - **slogan** - e as peças que a corporificam. Não será admitido, para este quesito, a apresentação de layout. – grifamos.

A Exit efetivamente apresentou frase-síntese para orientar a campanha, ainda que, ao longo da proposta, tenha utilizado nomenclaturas diversas, como mote, assinatura estratégica ou expressões equivalentes, em vez da palavra slogan. A própria proposta informa que, com base no contexto desenvolvido, foi criado o mote que orienta toda a comunicação da campanha, com a seguinte formulação: “Joinville Fácil. A cidade fica melhor quando a gente se conecta”.

Com base nesse contexto, foi criado o mote que orienta toda a comunicação da campanha: “Joinville Fácil. A cidade fica melhor quando a gente se conecta.”



A denominação utilizada pela licitante não altera a natureza do item. Se o edital determina que a frase-síntese integra a Ideia Criativa como slogan, a frase-conceito apresentada pela Exit deveria ser tratada, para fins técnicos e econômicos, como slogan da campanha. E, por consequência, deveria ter sido precificada na tabela do Anexo Único.

A própria Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC prevê item específico para criação de slogan, com valor de R\$ 4.294,00. Aplicado o desconto de 30% exigido para os custos internos, o custo mínimo correspondente seria de R\$ 3.005,80.

12	Slogan	4.294,00
----	--------	----------

Ocorre que a Exit não incluiu esse custo na composição econômica da campanha simulada. Assim, além dos custos internos de peças omitidas e dos custos de produção dos envelopes já demonstrados nos tópicos anteriores, há também omissão específica do custo interno de criação do slogan, elemento obrigatório da Ideia Criativa e expressamente tarifado na tabela referencial aplicável.

No tópico anterior, demonstrou-se que, com a recomposição dos custos internos das peças não contabilizadas e do custo de fornecimento e impressão dos envelopes, a campanha da Exit já alcançava o valor mínimo de R\$ 618.553,95, superando em R\$ 18.553,95 a verba referencial de R\$ 600.000,00.

Somado o custo interno omitido do slogan, no valor de R\$ 3.005,80, a campanha passa a alcançar o montante mínimo de R\$ 621.559,75, superando em R\$ 21.559,75 a verba disponibilizada para o Lote 1.

A irregularidade confirma, mais uma vez, o subdimensionamento artificial da campanha simulada. A Exit apresentou elemento criativo obrigatório, estruturante da comunicação proposta, mas deixou de refletir seu custo na planilha exigida pelo edital, preservando apenas formalmente a aparência de enquadramento na verba referencial.

A campanha deve ser economicamente compatível com aquilo que a licitante efetivamente propôs. Se o edital exige slogan, se a licitante apresentou frase-síntese com função de slogan e se a tabela referencial possui item próprio para sua criação, o respectivo custo interno não poderia ser omitido.

Dessa forma, ao deixar de contabilizar os custos internos de criação do slogan apresentado na Ideia Criativa, a Exit descumpriu o item 8.6, alíneas “b” e “e”, do edital, agravando a extrapolação da verba referencial e impondo a desclassificação da proposta, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital e do art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

### **3.1.1.5. Do preenchimento incorreto da coluna Quantidade, volume ou peças pela Supernova nos Lotes 1, 4 e 5**

A proposta da Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. também apresenta desconformidade objetiva no preenchimento da tabela obrigatória da campanha simulada, especificamente na coluna Quantidade, volume ou peças, nos Lotes 1, 4 e 5.



O ponto não depende de interpretação subjetiva da proposta, tampouco de juízo técnico discricionário. Trata-se de erro material de preenchimento de campo obrigatório da tabela do Anexo I/Anexo Único da Proposta Técnica, cuja forma de preenchimento foi expressamente esclarecida pela Administração antes da apresentação das propostas.

No Pedido de Esclarecimento 32, questionou-se se, em peças impressas, como folder, deveria constar na primeira coluna a quantidade de peças impressas ou a quantidade de peças criadas.

A resposta da Administração foi clara ao estabelecer que, quanto às peças impressas, a coluna de quantidade da tabela deveria refletir o **volume de artes criadas**, conforme já pacificado nas respostas aos Pedidos de Esclarecimento 7 e 15.

**Pedido de Esclarecimento 32 (Sei nº 28787451) - Recebido em 16 de março de 2026, às 17h21.**

**Questionamento:** "Sobre o preenchimento da tabela com valores de mídia e produção: os valores de peças digitais, não mídia, como peça para WhatsApp, devem estar incluídos na coluna internet? Em peças impressas, como folder, deve constar na primeira coluna a quantidade de peças impressas ou peças criadas?"

**Resposta:** Conforme manifestação da Secretaria requisitante, através do Memorando SEI nº 28796312/2026 - SECOM.GAB: "Conforme já pacificado na resposta ao Pedido de Esclarecimento 27, a categoria "Internet" destina-se aos custos relacionados com criação e compra de espaços publicitários junto a portais, sites ou plataformas. Custos referentes à criação e veiculação (se houver) de outras peças deverão ter seus valores inseridos na linha "Outros", sendo obrigatório o seu detalhamento descritivo no campo "Especificar outros". Quanto à segunda dúvida, referente às peças impressas, a coluna de quantidade da tabela deverá refletir o volume de artes criadas, conforme pacificado nas respostas aos Pedidos de Esclarecimento 7 e 15."

Portanto, a coluna Quantidade, volume ou peças não poderia ser preenchida com a tiragem, com o número de unidades impressas, com a quantidade de exemplares físicos ou com o volume de distribuição. Para peças impressas, o número a ser indicado era o de artes criadas. Assim, se a proposta previsse uma única arte de folheto com 1.000 unidades impressas, a informação correta na coluna seria 1, e não 1.000.

Necessário rememorar que os esclarecimentos prestados pela Administração Pública ao particular no decorrer da licitação "possuem natureza vinculante para todos os licitantes", não se admitindo, quando da análise e julgamento das propostas, interpretação distinta, sob pena de ofensa ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório e à segurança jurídica (boa-fé). (Acórdão TCU nº 179/2021-Plenário)

Na mesma linha o STJ já assentou que "a resposta de consulta a respeito de cláusula de edital de concorrência pública é vinculante; desde que a regra assim explicitada tenha sido comunicada a todos os interessados, ela adere ao edital" (STJ, 2ª Turma, REsp nº 198.665/RJ, rel. Min. Ari Pargendler, DJ de 03.05.1999). Conferir ainda Acórdãos TCU nºs 130/2014 e 299/2015, ambos do Plenário.

Retomando-se: a Supernova, contudo, não observou essa orientação vinculante.

Na planilha apresentada para o **Lote 1**, a licitante indicou, na linha de impressos, o número 100, evidenciando que preencheu a coluna com a quantidade de unidades impressas ou distribuídas, e não com o volume de artes criadas.



MEIO	QUANTIDADE, VOLUME OU PEÇAS	CUSTOS (R\$)			VALOR TOTAL (R\$)
		INTERNOS	TERCEIROS	HONORÁRIOS	
Televisão	1	R\$ 5.011,30	R\$ 213.749,40	R\$ 51.637,35	R\$ 270.398,05
Rádio	2	R\$ 4.601,00	R\$ 58.220,02	R\$ 14.055,01	R\$ 76.776,03
Internet	12	R\$ 2.465,40	R\$ 45.600,00	R\$ 11.400,00	R\$ 59.465,40
Programática	20	R\$ 1.541,40	R\$ 106.400,00	R\$ 26.600,00	R\$ 134.541,40
Jornal					
Revista					
Impressos	100	R\$ 2.570,40	R\$ 420,00	R\$ 63,00	R\$ 3.053,40
Outdoor					
Outros*	2	R\$ 10.022,60	R\$ 36.000,00	R\$ 5.400,00	R\$ 51.422,60
Total dos custos de produção					R\$ 94.445,10
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto da agência)					R\$ 501.211,78
<b>TOTAL GERAL</b>					R\$ 595.656,88

O mesmo erro se repete na planilha apresentada para o **Lote 4**, na qual a Supernova indicou 4100 na linha Impressos e 20 na linha Outdoor, novamente utilizando a coluna para expressar quantidade física, volume de veiculação ou unidades de impressão, e não o número de artes criadas.

MEIO	QUANTIDADE, VOLUME OU PEÇAS
Televisão	1
Rádio	1
Internet	8
Programática	14
Jornal	
Revista	
Impressos	4100
Outdoor	20
Outros*	9

Na planilha apresentada para o **Lote 5**, a inconsistência permanece. A licitante registrou 2000 na linha Impressos e 20 na linha Outdoor, reproduzindo a mesma lógica equivocada de preenchimento, em frontal incompatibilidade com o esclarecimento oficial prestado pela Administração.



MEIO	QUANTIDADE, VOLUME OU PEÇAS
Televisão	1
Rádio	1
Internet	5
Programática	1
Jornal	1
Revista	
Impressos	2000
Outdoor	20
Outros*	7

A desconformidade fica ainda mais evidente quando se compara a conduta da Supernova com o preenchimento adotado por outras licitantes que observaram corretamente o comando administrativo. A Engenho, por exemplo, indicou na mesma coluna a quantidade de artes criadas, respeitando o esclarecimento publicado, e não a tiragem física dos materiais.

MEIO	QUANTIDADE, VOLUME OU PEÇAS
Televisão	1
Rádio	1
Internet	9
Programática	1
Jornal	1
Revista	1
Impressos	4
Outdoor	1
Outros*	5

A licitante Mágica, igualmente, apresentou preenchimento compatível com a orientação administrativa, reforçando que a regra era compreensível, objetiva e perfeitamente aplicável a todas as concorrentes.



MEIO	QUANTIDADE, VOLUME OU PEÇAS
Televisão	1
Rádio	1
Internet	1
Programática	
Jornal	
Revista	
Impressos	2
Outdoor	1
Outros*	

A conclusão é inevitável. A Supernova não preencheu a tabela obrigatória conforme o critério vinculante definido pela própria Administração.

Ao lançar na coluna Quantidade, volume ou peças números correspondentes à tiragem, à quantidade física de materiais ou ao volume de distribuição, em vez do volume de artes criadas, a licitante adotou critério diverso daquele expressamente fixado no Esclarecimento 32, alterando a lógica de preenchimento do modelo obrigatório e comprometendo a padronização da análise das propostas.

O fundamento central da irregularidade não decorre de interpretação construída pela Recorrente, mas da própria resposta oficial prestada pela Administração.

O Pedido de Esclarecimento 32 resolve a questão de forma específica e posterior, ao tratar exatamente do preenchimento da coluna em peças impressas. A Administração definiu que o campo deveria refletir o volume de artes criadas, e não a quantidade de peças impressas, razão pela qual a Supernova não poderia lançar números como 100, 4100 ou 2000 como se correspondessem ao critério vinculante do edital.

Ainda que a Supernova tente invocar respostas anteriores para sustentar leitura diversa, essa defesa não se sustenta. O Esclarecimento 32 foi posterior e específico sobre a exata dúvida aqui discutida, isto é, se, nas peças impressas, a primeira coluna deveria indicar a quantidade de peças impressas ou a quantidade de peças criadas. A resposta da Administração foi objetiva ao estabelecer que, quanto às peças impressas, a coluna deveria refletir o volume de artes criadas.

Assim, eventual ambiguidade que pudesse ser extraída de esclarecimentos anteriores foi superada pela manifestação posterior, específica e vinculante da Administração. A partir do Esclarecimento 32, não havia mais espaço para lançar na coluna Quantidade, volume ou peças números correspondentes à tiragem, ao volume de distribuição ou à quantidade física de materiais impressos.



De todo modo, mesmo por uma leitura cumulativa entre peças criadas e peças produzidas, a planilha da Supernova continuaria incorreta. Se houvesse uma arte e 2.000 impressos, por exemplo, a indicação não poderia se limitar a 2.000, pois ignoraria a própria arte criada. A Supernova, portanto, não observou o Esclarecimento 32 nem uma eventual leitura combinada dos esclarecimentos anteriores, tendo preenchido a coluna apenas com quantidades físicas de materiais.

Trata-se, portanto, de exigência objetiva e vinculante, aplicável indistintamente a todas as licitantes. A Administração não deixou margem para que cada proponente escolhesse o critério de preenchimento da coluna.

Definiu, de modo prévio, público e obrigatório, que o campo deveria refletir a quantidade de artes criadas, e não a quantidade de unidades impressas, distribuídas ou veiculadas.

A Supernova, contudo, fez exatamente o contrário. Nos Lotes 1, 4 e 5, lançou quantidades como 100, 4100, 2000 e 20, números incompatíveis com o volume de artes criadas e evidentemente relacionados à quantidade física dos materiais ou ao volume de distribuição e veiculação. Com isso, descumpriu orientação oficial que integrava o regime jurídico do edital e que vinculava todas as concorrentes.

A própria Comissão Especial já tratou, em trabalho ímpar, as exigências de forma, apresentação e preenchimento do Plano de Comunicação Publicitária como condições objetivas de admissibilidade da proposta técnica.

Na Ata da 2ª Sessão, foram registradas desclassificações fundadas no descumprimento de regras formais e materiais do Envelope nº 1, inclusive relacionadas ao item 6.1.3.4, alíneas b, e, f, k e m, e ao item 6.1.3.5, todos vinculados à forma de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária.

Esse dado é decisivo. A Administração adotou corretamente, ao longo do certame, critério objetivo e explícito para desclassificar propostas que descumpriram exigências de apresentação e conformidade formal do Plano de Comunicação.

O que se requer, agora, não é tratamento excepcional em favor da Recorrente, mas a aplicação do mesmo padrão criterioso e decisório à Supernova. Se outras licitantes foram corretamente excluídas por descumprirem regras de apresentação, formatação ou preenchimento, a Supernova não pode ser preservada quando incorre em vício da mesma natureza, diretamente ligado ao modelo obrigatório definido pelo edital e pelos esclarecimentos oficiais.

A comparação com as planilhas da Engenho e da Mágica reforça a materialidade do erro. Enquanto essas licitantes preencheram a coluna Quantidade, volume ou peças conforme o critério administrativo, indicando o volume de artes criadas, a Supernova lançou quantidades físicas de impressão ou distribuição, como 100, 4100, 2000 e 20, desviando-se da orientação vinculante e rompendo a uniformidade necessária à comparação entre as propostas.



Por isso, o vício não pode ser tratado como formalismo irrelevante. A manutenção da Supernova, apesar do descumprimento do Esclarecimento 32, produziria tratamento desigual entre licitantes submetidas ao mesmo edital, enfraquecendo a vinculação ao instrumento convocatório, o julgamento objetivo, a isonomia e a segurança jurídica do certame.

Dessa forma, a Supernova apresentou, nos Lotes 1, 4 e 5, tabela obrigatória preenchida em desconformidade com o critério vinculante definido pela Administração, razão pela qual deve ser reconhecida a irregularidade objetiva e determinada sua desclassificação nos respectivos lotes, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital.

### **3.1.1.6. Do preenchimento inconsistente da tabela do Anexo Único pela Supernova no Lote 1 e da omissão de custos internos efetivamente necessários à campanha simulada**

A proposta da Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda., no Lote 1, também apresenta desconformidade objetiva na composição econômica da campanha simulada, pois deixou de refletir, na tabela do Anexo Único, custos internos indispensáveis à execução daquilo que a própria licitante apresentou em seu Plano de Comunicação.

O primeiro vício diz respeito ao slogan. O item 8.2.3 do edital estabelece expressamente que a frase-síntese, slogan, faz parte da Ideia Criativa, juntamente com as peças que a corporificam. Assim, o slogan não é elemento acessório, facultativo ou estranho à campanha, mas componente integrante da proposta técnica e, por consequência, deve ser considerado na composição dos custos internos.

8.2.3 – Ideia criativa: Apresentação em, no máximo seis páginas de papel tamanho A4, de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a representem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitada a seis, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia. Faz parte da ideia criativa a frase síntese - **slogan** - e as peças que a corporificam. Não será admitido, para este quesito, a apresentação de layout. – grifamos.

A Supernova efetivamente apresentou slogan em sua Ideia Criativa. Ainda que o tenha inserido no contexto da assinatura da campanha, a própria proposta registra o encerramento com o nome do aplicativo, o slogan e a identificação institucional, utilizando a formulação “Joinville Fácil. O acesso à Prefeitura começa onde você está”.

**O encerramento ocorre com a apresentação da assinatura da campanha, em tela limpa contendo o nome do aplicativo, o slogan e a identificação institucional: “Joinville Fácil. O acesso à Prefeitura começa onde você está. Prefeitura de Joinville.”**

A Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC prevê item específico para criação de slogan, com valor de R\$ 4.294,00. Aplicado o desconto de 30% incidente sobre os custos internos, o custo mínimo correspondente é de R\$ 3.005,80.



Ocorre que a Supernova não incluiu esse custo na tabela do Anexo Único, embora tenha apresentado slogan como elemento integrante da Ideia Criativa. Com isso, a proposta deixou de refletir custo interno obrigatório, necessário à execução plena da campanha simulada.

O segundo vício está na peça de mídia programática. A Supernova apresentou, como Peça 3 de mídia, um vídeo vertical em formato 9:16, com duração estimada de 30 segundos, desenvolvido para veiculação em plataformas digitais como Instagram e TikTok, simulando linguagem nativa dessas redes.

**Peça 3 (Mídia) – Mídia programática**

A peça consiste em um vídeo vertical (formato 9:16), com duração estimada de 30 segundos, desenvolvido para veiculação em plataformas digitais como Instagram e TikTok. A proposta adota linguagem nativa dessas redes, simulando o formato de vídeos

A peça descrita pela própria licitante não é um banner estático. Trata-se de vídeo vertical de 30 segundos, com linguagem audiovisual própria para plataformas digitais. Logo, sua precificação deveria observar o item correspondente da Tabela SINAPRO/SC para TV/Web até 30 segundos, cujo valor unitário é de R\$ 7.159,00. Aplicado o desconto de 30%, o custo interno mínimo da peça seria de R\$ 5.011,30.

2	TV/Web - até 30 segundos (roteiro)	7.159,00
---	------------------------------------	----------

Entretanto, na linha Programática do Anexo Único, a Supernova lançou custo interno de apenas R\$ 1.541,40, correspondente ao valor descontado de um banner web, e não ao custo de um vídeo vertical de 30 segundos. Há, portanto, desconexão objetiva entre a peça descrita na Ideia Criativa e na Estratégia de Mídia e Não Mídia e o custo interno efetivamente lançado na planilha.

Programática	20	R\$	1.541,40
--------------	----	-----	----------

A diferença mínima entre o custo correto do vídeo de 30 segundos, R\$ 5.011,30, e o custo lançado pela Supernova, R\$ 1.541,40, é de R\$ 3.469,90. Somada à omissão do custo interno do slogan, no valor de R\$ 3.005,80, chega-se a R\$ 6.475,70 em custos internos não contabilizados ou subdimensionados na campanha do Lote 1.

A Supernova apresentou valor total de R\$ 595.656,88 para a execução de seu plano. Acrescidos os R\$ 6.475,70 omitidos ou subdimensionados, o total corrigido da campanha passa a R\$ 602.132,58, superando em R\$ 2.132,58 a verba referencial de R\$ 600.000,00.

A irregularidade é material. A licitante apresentou campanha mais robusta do que aquela refletida na planilha, pois incluiu slogan obrigatório e vídeo vertical de 30 segundos, mas deixou de contabilizar o custo do primeiro e precificou o segundo como se fosse peça de natureza diversa e menos onerosa. Esse procedimento compromete a aferição da verba, a comparabilidade entre as propostas, a isonomia entre as licitantes e o julgamento objetivo.



A campanha simulada deve corresponder economicamente ao que foi efetivamente proposto. Se a Supernova apresentou slogan e vídeo vertical de 30 segundos, esses elementos deveriam ter sido corretamente refletidos nos custos internos da planilha. A omissão ou o subdimensionamento desses custos preservou apenas artificialmente a aparência de enquadramento na verba referencial.

Dessa forma, ao deixar de contabilizar o custo interno do slogan e ao subdimensionar o custo interno da peça de mídia programática, precificando como banner web aquilo que foi descrito como vídeo vertical de 30 segundos, a Supernova descumpriu o item 8.6, alíneas “b” e “e”, do edital, extrapolou a verba referencial do Lote 1 e deve ser desclassificada, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital e do art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

### **3.1.1.7. Do preenchimento inconsistente da tabela do Anexo Único pela Supernova no Lote 4 e da omissão de custos internos do slogan e do folder efetivamente previstos na campanha simulada**

A proposta da Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda., no Lote 4, também apresenta desconformidade objetiva na composição econômica da campanha simulada, pois deixou de refletir, na tabela do Anexo Único, custos internos indispensáveis à execução daquilo que a própria licitante apresentou em seu Plano de Comunicação.

O primeiro vício diz respeito ao slogan. O item 8.2.3 do edital estabelece expressamente que a frase-síntese, slogan, faz parte da Ideia Criativa, juntamente com as peças que a corporificam – já transcrito acima. Assim, o slogan não é elemento acessório, facultativo ou estranho à campanha, mas componente integrante da proposta técnica e, por consequência, deve ser considerado na composição dos custos internos.

A Supernova efetivamente apresentou frase-síntese com função de slogan no Lote 4. Ainda que a tenha identificado como assinatura da campanha, a própria proposta registra que a campanha traduz sua mensagem por meio da assinatura “Respeito e empatia. Trânsito em sintonia”, além de repetir a fórmula como assinatura da peça.

aparentemente pequenas podem gerar consequências irreversíveis. A campanha traduz essa mensagem por meio da assinatura “Respeito e empatia. Trânsito em sintonia.”,

Assinatura: “Respeito e empatia. Trânsito em sintonia. Departamento de Trânsito da Prefeitura de Joinville.”

A denominação adotada pela licitante não altera a natureza do item. Se o edital determinou que a frase-síntese integra a Ideia Criativa como slogan, a frase-conceito apresentada pela Supernova deveria ser tratada, também para fins econômicos, como slogan da campanha.

A Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC prevê item específico para criação de slogan, com valor de R\$ 4.294,00. Aplicado o desconto de 30% incidente sobre os custos internos, o custo mínimo correspondente é de R\$ 3.005,80.



Ocorre que a Supernova não incluiu esse custo na tabela do Anexo Único, embora tenha apresentado slogan como elemento integrante da Ideia Criativa. Com isso, deixou de refletir custo interno obrigatório, necessário à execução plena da campanha simulada.

O segundo vício está na precificação do folder. A Supernova apresentou, como peça da campanha, um folder em formato gate fold, com dobra janela central, duas dobras verticais paralelas, formato aberto de 297 mm x 210 mm, equivalente a A4 paisagem, e formato fechado de 148,5 mm x 210 mm.

**O folder será produzido no formato gate fold (dobra janela central), com duas dobras verticais paralelas. Formato aberto: 297 mm x 210 mm (A4 paisagem). Formato fechado: 148,5 mm x 210 mm. As faces externas simulam cortinas de espetáculo parcialmente**

Pelas características descritas pela própria licitante, trata-se de material em formato gate fold, com dobra central e duas dobras verticais paralelas, o que resulta em estrutura de 8 faces ou páginas, considerando frente e verso. A referência visual abaixo, apresentada apenas para facilitar a compreensão do formato, ilustra a lógica de um folder com múltiplas faces decorrentes das dobras.



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X88>



A Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, por sua vez, precifica o folder por página, com valor unitário de R\$ 1.713,00. Aplicado o desconto de 30%, o custo interno por página corresponde a R\$ 1.199,10.

6	Folder – por página	1.713,00
---	---------------------	----------

Não foi esse, contudo, o critério observado pela Supernova. Na linha Impressos do Anexo Único, a licitante lançou, para o conjunto composto por cartaz e folder, custos internos totais de apenas R\$ 3.769,50, valor que considera o folder como se correspondesse a uma única página.

Impressos	4100	R\$ 3.769,50
-----------	------	--------------

A própria decomposição do valor revela a inconsistência. A Supernova considerou R\$ 2.570,40 para o cartaz e apenas R\$ 1.199,10 para o folder, como se o material descrito em sua proposta tivesse uma única página.

Peças apresentadas no Plano de Comunicação	Quant.	Valor unitário	Desc 30%	Valor Custos Internos (descontado 30%)
Cartaz	1	R\$ 3.672,00	R\$ 1.101,60	R\$ 2.570,40
Folder (uma página)	1	R\$ 1.713,00	R\$ 513,90	R\$ 1.199,10
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 3.769,50</b>

Todavia, se o folder descrito pela própria licitante possui oito faces ou páginas, o custo interno correto deveria corresponder a R\$ 9.592,80, resultado da multiplicação de R\$ 1.199,10 por oito páginas. Como a Supernova precificou apenas uma página, deixou de contabilizar sete páginas adicionais, no valor total de R\$ 8.393,70.

Peças apresentadas no Plano de Comunicação e NÃO PRECIFICADAS	Quant.	Valor unitário	Desc 30%	Valor Custos Internos (descontado 30%)
Slogan	1	R\$ 4.294,00	R\$ 1.288,20	R\$ 3.005,80
Folder (as demais 7 páginas)	7	R\$ 1.713,00	R\$ 3.597,30	R\$ 8.393,70
<b>TOTAL DAS PEÇAS NÃO CONTABILIZADAS PELA SUPERNOVA</b>				<b>R\$ 11.399,50</b>

Somada a omissão do custo interno do slogan, no valor de R\$ 3.005,80, à diferença de R\$ 8.393,70 decorrente da subprecificação do folder, chega-se a R\$ 11.399,50 em custos internos não contabilizados ou subdimensionados na campanha simulada do Lote 4.

A Supernova apresentou valor total de R\$ 393.321,88 para a execução de seu plano. Acrescidos os R\$ 11.399,50 omitidos ou subdimensionados, o total corrigido da campanha passa a R\$ 404.721,38, superando em R\$ 4.721,38 a verba referencial de R\$ 400.000,00.

A irregularidade é material. A licitante apresentou campanha mais robusta do que aquela refletida na planilha, pois incluiu slogan obrigatório e folder com oito faces ou páginas,



mas deixou de contabilizar o custo do primeiro e precificou o segundo como se correspondesse a uma única página. Esse procedimento compromete a aferição da verba, a comparabilidade entre as propostas, a isonomia entre as licitantes e o julgamento objetivo.

A campanha simulada deve corresponder economicamente ao que foi efetivamente proposto. Se a Supernova apresentou slogan e folder com múltiplas faces, esses elementos deveriam ter sido corretamente refletidos nos custos internos da planilha. A omissão ou o subdimensionamento desses custos preservou apenas artificialmente a aparência de enquadramento na verba referencial.

Dessa forma, ao deixar de contabilizar o custo interno do slogan e ao subdimensionar o custo interno do folder, precificando como uma única página material descrito como folder com oito faces ou páginas, a Supernova descumpriu o item 8.6, alíneas “b” e “e”, do edital, extrapolou a verba referencial do Lote 4 e deve ser desclassificada, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital e do art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

#### **3.1.1.8. Da apresentação de texto de legenda como peça adicional pela Mágica no Lote 4 - Da extrapolação do limite de seis peças na Ideia Criativa**

A proposta da Mágica Comunicação e Marketing Ltda., no Lote 4, também incorre em desconformidade objetiva no Envelope nº 1, pois, ao apresentar a Ideia Criativa, a licitante não se limitou às seis peças admitidas pelo item 8.2.3 do edital – já colacionado acima, tendo incluído texto de legenda para postagem em rede social, o que configura peça adicional e produz impacto direto na regularidade da proposta.

A própria proposta da Mágica informa que a segunda peça de não mídia seria um post para feed, a ser veiculado organicamente nas redes sociais oficiais da Prefeitura de Joinville. Até esse ponto, a proposta poderia estar contida dentro do limite editalício.

O problema surge porque, além de descrever o conteúdo visual do post, a licitante também apresentou texto de legenda completo, com chamada à participação, marcações e hashtags, acrescentando elemento comunicacional autônomo à peça visual.



A segunda peça de não mídia é o post para feed, que será veiculado organicamente nas redes sociais oficiais da Prefeitura de Joinville. A peça retrata uma cena de gentileza no trânsito: um motociclista, homem branco de aproximadamente 40 anos, com o capacete corretamente afivelado, interrompe sua condução na faixa para permitir a travessia de uma jovem cadeirante afrodescendente, de 22 anos. Durante a travessia pela faixa acessível devidamente sinalizada, ela faz um gesto de positivo com o dedo indicador levantado, enquanto o motociclista retribui com um aceno. Ao lado da cena, uma criança, menina de 9 anos, segura a placa com a palavra "Respeito". A assinatura da peça é: Departamento de Trânsito da Prefeitura de Joinville, localizada no canto inferior direito.

A legenda afirma: "Pequenas atitudes protegem grandes histórias. No trânsito, o respeito é sempre o melhor caminho. Marque neste post as pessoas que você conhece que são um exemplo de gentileza e educação no trânsito. #Trânsito #Respeito #Joinville

"#PrefeituraDeJoinville" A legenda convida à participação, ampliando compartilhamento e alcance orgânico.

O item 8.2.3 do edital foi expresso ao limitar a Ideia Criativa a seis peças, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia. Trata-se de regra objetiva, criada para assegurar igualdade entre as licitantes, impedir a apresentação de campanhas artificialmente mais extensas e preservar a comparabilidade das soluções criativas.

No caso da Mágica, a licitante apresentou, em síntese, filme de 30 segundos para televisão, outdoor, spot de 30 segundos para rádio, panfleto ou volante, post para feed e cartaz A3. Ao acrescentar texto de legenda ao post para feed, passou a apresentar uma sétima peça, pois texto para postagem em rede social não se confunde com o card visual.

Essa distinção não é artificial. A própria Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC separa, no item relativo a redes sociais e blog, a criação de card visual ou de post apenas em texto, atribuindo valor por peça.

A redação técnica da tabela é relevante, porque evidencia que o card visual e o texto de postagem são entregas criativas distintas. A tabela não trata a legenda como mero acessório automático do card, nem como elemento indiferente para fins de criação, mas como peça própria quando elaborada como texto de postagem.

1	Redes sociais / Blog (por post / tela)	Criação de card (visual - JPG/GIF) ou de post apenas em texto, valor por peça, inclui publicação (logo, foto, ilustração ou outros materiais como vídeos ou áudios) devem ser fornecidas caso seja necessário.	1.174,00
---	--	--	----------

Daí decorrem dois vícios objetivos.



O primeiro é a extrapolação do limite de peças. A Mágica, ao apresentar o card/post visual e, adicionalmente, o texto de legenda, ultrapassou o máximo de seis peças admitido pelo item 8.2.3 do edital, valendo-se de uma entrega criativa adicional para desenvolver melhor a mensagem, convocar participação do público e ampliar o alcance orgânico da campanha.

O segundo vício é econômico. Como a Tabela SINAPRO/SC atribui ao post apenas em texto o valor de R\$ 1.174,00, a incidência do desconto de 30% resulta no custo de R\$ 821,80. Esse valor deveria ter sido acrescido à composição econômica da campanha. Considerando que a Mágica apresentou total de R\$ 399.898,94, a inclusão do custo correspondente à legenda levaria o montante a R\$ 400.720,74, superando em R\$ 720,74 a verba referencial de R\$ 400.000,00 prevista para o Lote 4.

4	MOBILIDADE E SETORES RELACIONADOS	Campanha educativa sobre convivência harmoniosa entre pedestres, ciclistas, motoristas e usuários do transporte coletivo, com destaque para o respeito à sinalização.	R\$ 400.000,00
---	-----------------------------------	---	----------------

A irregularidade, portanto, não é apenas formal. A apresentação da legenda gerou vantagem competitiva indevida, pois permitiu à Mágica desenvolver uma camada adicional de comunicação, com chamada à participação, hashtags e incentivo ao compartilhamento, sem tratar esse conteúdo como peça autônoma e sem refletir adequadamente seu custo na planilha.

A Engenho, assim como outras licitantes que observaram a mesma leitura restritiva do edital, permaneceu limitada ao número de peças imposto pelo item 8.2.3 e não ampliou sua Ideia Criativa por meio de texto complementar equivalente.

Tanto a Engenho quanto a própria Supernova apresentaram peças de redes sociais sem inserir legenda autônoma, justamente porque a inclusão de texto de postagem configuraria nova peça e extrapolaria o limite editalício. A Mágica, ao agir de modo diverso, obteve espaço adicional de desenvolvimento da mensagem que não esteve disponível, em igualdade de condições, às concorrentes que respeitaram a regra comum do certame.

A Mágica, ao contrário, utilizou a legenda como espaço adicional de desenvolvimento da mensagem, incorporando chamada à participação, estímulo ao compartilhamento, hashtags e reforço de alcance orgânico, elementos que qualificam a comunicação e ampliam a potência persuasiva da campanha.

A aceitação dessa prática comprometeria frontalmente a isonomia e o julgamento objetivo, pois transformaria o limite de seis peças em regra meramente aparente. Bastaria que qualquer licitante apresentasse uma peça visual e, em seguida, agregasse sob o rótulo de legenda um novo texto de campanha para obter, na prática, uma peça adicional sem sujeitar-se ao limite imposto pelo item 8.2.3 do edital.

Em licitação regida por critérios formais e objetivos, especialmente em proposta técnica de publicidade, a vantagem criativa obtida pela ampliação indevida de elementos comunicacionais não pode ser relativizada.



Quem respeitou o edital não pode ser colocado em desvantagem diante de quem expandiu sua Ideia Criativa por via oblíqua. Admitir a legenda como simples acessório equivaleria a premiar a licitante que ampliou o conteúdo de sua proposta e a penalizar aquelas que se contiveram nos limites objetivos do instrumento convocatório.

Dessa forma, a proposta da Mágica Comunicação e Marketing Ltda., no Lote 4, não satisfaz exigência objetiva do edital, tanto pela extrapolação do limite de peças previsto no item 8.2.3 quanto pela ausência de adequada contabilização do custo correspondente à peça textual adicional, com superação da verba referencial.

Por isso, deve ser reconhecida a desconformidade objetiva e determinada sua desclassificação no Lote 4, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital.

### **3.1.1.9. Da utilização de outdoor com aplique pela Mágica no Lote 5 e da violação às tabelas oficiais de preços dos veículos**

A proposta da Mágica Comunicação e Marketing Ltda., no Lote 5, também apresenta vício objetivo no Envelope nº 1, pois prevê a utilização de outdoor com aplique, consistente em uma capa azul confeccionada em tecido, sobreposta à arte da peça, com movimento ao vento e efeito tridimensional.

A própria licitante descreve que a campanha contaria com outdoor tradicional 9x3 metros com aplique, concebido para gerar forte impacto visual no ambiente urbano, e detalha que haveria aplicação de uma capa azul confeccionada em tecido sobre a arte.

Além do filme, a campanha conta com a segunda peça de mídia, um outdoor tradicional, 9x3 metros, com aplique, concebido para gerar forte impacto visual no ambiente urbano e ampliar o alcance da mensagem junto à população. A peça apresenta a personagem principal, a menina afrodescendente de 6 anos, em um fundo infinito, posicionada à direita do layout, permitindo a aplicação de uma capa azul confeccionada em tecido, que se movimenta com o vento e cria um efeito tridimensional. Esse recurso reforça simbolicamente

Na sequência, a Mágica informa o investimento de R\$ 23.840,00 para veiculação de 21 outdoors e, separadamente, a produção de 21 cartazes 9x3m com aplique no valor de R\$ 5.554,50. O próprio modo como a proposta foi estruturada confirma que não se trata de simples outdoor tabelado, mas de solução especial agregada à peça, com produção, montagem e características próprias.

distribuídos pelos bairros, centro e área rural, no período de 14 dias (1 bi-semana). O investimento para a veiculação de 21 outdoors será de R\$ 23.840,00 representando 5,96% da verba e a produção de 21 cartazes 9x3m com aplique no valor de R\$ 5.554,50, que representa 1,39% da verba de campanha.

O problema é que o item 8.6, alínea g, do edital estabeleceu regra objetiva para a simulação de mídia, determinando que o proponente deveria considerar os valores reais das tabelas oficiais de preços dos veículos de comunicação vigentes.



**8.6 – O Plano de Comunicação Publicitária - simulação de campanha** - que integra os envelopes nº 1 e nº 2, deverá atentar para as seguintes observações:

g) Na simulação de mídia o proponente deve considerar os valores reais das tabelas oficiais de preços dos veículos de comunicação vigentes.

A regra é clara. Todos os valores utilizados na proposta de mídia deveriam decorrer das tabelas oficiais dos veículos de comunicação, justamente para impedir negociações individualizadas, projetos especiais ou condições comerciais particulares, que comprometeriam a isonomia entre as licitantes.

Em licitação de publicidade, a simulação não autoriza que cada agência negocie com exibidoras ou veículos condições específicas não tabeladas. Ao contrário, exige que todas as propostas sejam formuladas a partir de bases objetivas, públicas e comparáveis.

É precisamente nesse ponto que a proposta da Mágica se torna desconforme.

Apliques em mídia exterior, especialmente quando envolvem capa em tecido, sobreposição física à arte, movimento ao vento e efeito tridimensional, não constituem item ordinário de tabela de outdoor. São soluções especiais, dependentes de análise, negociação, produção específica, instalação própria e eventual participação de outros fornecedores ou agentes.

Não se trata, portanto, de preço real extraído de tabela oficial vigente, mas de projeto especial incorporado à campanha.

Para referência, foram verificadas tabelas de cinco veículos de mídia exterior que comercializam peças em Joinville e região, quais sejam Fábrica do Outdoor, Criativa, Favretto, RT Outdoor e Clean – encaminhadas em anexo ao presente. Em nenhuma delas consta preço tabelado para viabilização de outdoor com aplicação nos moldes propostos pela Mágica.

Essa ausência confirma que a solução não se enquadra na mídia tabelada ordinária exigida pelo edital, mas em prática comercial específica, dependente de negociação e estruturação própria.

Assim, ainda que a proposta indique valor para produção dos cartazes com aplicação, a indicação numérica não resolve o vício. O ponto não é apenas saber se houve lançamento de algum custo, mas se a solução proposta era admitida na simulação de mídia à luz do item 8.6, alínea g.

Como o aplicação não consta das tabelas oficiais dos veículos consultados e caracteriza projeto especial, a proposta se apoia em condição comercial não padronizada, em violação direta ao edital.

A Mágica não pode se valer de justificativas fundadas em práticas comerciais de mercado que não constam nas tabelas oficiais de preços dos veículos de comunicação. A responsabilidade pela apresentação de proposta aderente ao edital era da licitante. Se a solução pretendida não encontra suporte nas tabelas oficiais vigentes, ela não poderia ser utilizada na campanha simulada.



A irregularidade é ainda mais sensível porque a utilização de aplique confere vantagem criativa evidente. Trata-se de recurso visual de alto impacto, capaz de diferenciar a peça no ambiente urbano, aumentar sua atratividade e reforçar a percepção técnica da campanha.

As demais licitantes não deixaram de propor apliques por falta de criatividade, repertório ou capacidade técnica. Deixaram de fazê-lo porque o edital exigia que os valores de mídia fossem extraídos das tabelas oficiais dos veículos, o que inviabilizava a adoção de projeto especial não tabelado.

A aceitação da proposta da Mágica, nesse contexto, premiaria a licitante que extrapolou os limites da simulação de mídia e penalizaria aquelas que se contiveram às regras objetivas do certame. Isso é incompatível com a isonomia, com o julgamento objetivo e com a vinculação ao instrumento convocatório.

A consequência jurídica está prevista no próprio edital. O item 12.1.2, alínea a, determina a desclassificação da proposta técnica que não satisfizer as exigências fixadas no edital e em seus anexos.

12.1.2 – Será desclassificada a proposta técnica que se enquadrar em qualquer uma das seguintes situações:

a) Não satisfizer as exigências fixadas neste Edital e seus anexos;

E aqui é importante preservar a coerência decisória da própria Comissão. Ao longo do certame, a Comissão adotou postura correta e rigorosa quanto ao cumprimento das exigências formais e materiais do edital, tendo desclassificado propostas por vícios de apresentação, formatação, identificação, estrutura de caderno, preenchimento de tabela e observância das regras relativas ao Plano de Comunicação Publicitária.

A título de comparação, conforme já mencionado, a Ata da 2ª Sessão registrou desclassificações envolvendo, entre outras, as agências Bistrô, Criação Propaganda, Tempo Brasil, Divulgare e Fabrika, com fundamento em descumprimentos de itens como margens, espaçamento, linhas em branco, forma de apresentação do caderno e da tabela, identificação do lote, vedação de identificação da proponente na via não identificada e regras relativas à tabela de custos da campanha simulada.

Tais ocorrências demonstram que as exigências editalícias foram tratadas pela Comissão como condições objetivas de admissibilidade da proposta técnica, e não como recomendações formais de cumprimento facultativo. É justamente esse mesmo padrão decisório que deve ser aplicado à proposta da Mágica.

Se outras licitantes foram desclassificadas por descumprirem regras de apresentação, formatação e preenchimento da proposta técnica, não há razão jurídica para preservar a Mágica quando ela apresentou solução de mídia não aderente às tabelas oficiais exigidas pelo item 8.6, alínea g, mediante utilização de outdoor com aplique, típico projeto especial não previsto nas tabelas de preços dos veículos de comunicação.

Finalmente, importa esclarecer que não têm relevância, para esta etapa do certame, eventuais práticas comerciais paralelas dos veículos de comunicação.



Pouco importa se determinado produto, desconto, condição negocial, “política comercial” ou qualquer outra prática foi comunicada por representante ou executivo do veículo, seja como regra recorrente, seja como negociação usual. Essas práticas, que podem envolver, entre outros, descontos, bonificações, flexibilizações e ajustes de valores, não se confundem com preço cheio/nominal exigido para a simulação.

Se o valor não decorre da tabela oficial do veículo, com suas exigências, imposições e limitações conexas (por exemplo, prazos mínimos de veiculação ou regras específicas de aplicação), não pode ser tratado como “tabela cheia”, por mais comum que seja no mercado.

De igual modo, qualquer condição ou valor informado por representante que não corresponda ao valor da tabela, ou que dependa de condições extra tabelares, jamais poderá ser qualificado como preço de tabela cheia, justamente porque não preserva o referencial uniforme imposto pelo instrumento convocatório.

Nesta fase, não se premia “capacidade de barganha” do licitante nem sua rede de contatos com veículos, tampouco se avalia quem obtém condições melhores do que as de tabela. Isso porque a campanha é simulada e não será executada: ela existe com o único propósito de medir a capacidade técnica dos proponentes sob parâmetros comuns, e a exigência de uso de valores de tabela cumpre função objetiva de garantir, na maior medida possível, a isonomia e a comparabilidade entre propostas.

Dessa forma, a proposta da Mágica Comunicação e Marketing Ltda., no Lote 5, não satisfaz exigência objetiva do edital no que se refere ao plano de mídia simulado, razão pela qual deve ser reconhecida a desconformidade e determinada sua desclassificação, nos termos do item 12.1.2, alínea a, do instrumento convocatório.

#### **3.1.1.10. Da apresentação de texto de legenda como peça adicional pela Mágica no Lote 5**

A proposta da Mágica Comunicação e Marketing Ltda., no Lote 5, reproduz o mesmo vício já verificado no Lote 4, pois a licitante, embora tenha apresentado o post para feed como peça de não mídia, também inseriu texto de legenda completo para a publicação, extrapolando o limite objetivo de seis peças previsto no item 8.2.3 do edital.

A proposta descreve a segunda peça de não mídia como post para feed, a ser veiculado organicamente nas redes sociais oficiais da Prefeitura de Joinville. Até esse ponto, não haveria irregularidade.

O vício surge porque a Mágica não se limitou à descrição da peça visual. A licitante acrescentou texto de legenda, com formulação própria, chamada à participação, hashtags e estímulo ao compartilhamento, atribuindo à publicação um conteúdo textual autônomo e funcionalmente relevante para a campanha.



A segunda peça de não mídia é o post para feed, que será veiculado organicamente nas redes sociais oficiais da Prefeitura de Joinville. A peça retrata uma cena de gentileza no trânsito: um motociclista, homem branco de aproximadamente 40 anos, com o capacete corretamente afivelado, interrompe sua condução na faixa para permitir a travessia de uma jovem cadeirante afrodescendente, de 22 anos. Durante a travessia pela faixa acessível devidamente sinalizada, ela faz um gesto de positivo com o dedo indicador levantado, enquanto o motociclista retribui com um aceno. Ao lado da cena, uma criança, menina de 9 anos, segura a placa com a palavra "Respeito". A assinatura da peça é: Departamento de Trânsito da Prefeitura de Joinville, localizada no canto inferior direito.

A legenda afirma: "Pequenas atitudes protegem grandes histórias. No trânsito, o respeito é sempre o melhor caminho. Marque neste post as pessoas que você conhece que são um exemplo de gentileza e educação no trânsito. #Trânsito #Respeito #Joinville

"#PrefeituraDeJoinville" A legenda convida à participação, ampliando compartilhamento e alcance orgânico.

O item 8.2.3 do edital limitou a Ideia Criativa a seis peças, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia. A Mágica, em sua proposta, apresenta como peças o filme de 30 segundos para televisão, o outdoor, o spot de 30 segundos para rádio, o panfleto ou volante, o post para feed e o cartaz A3. Ao acrescentar a legenda textual do post, porém, passou a apresentar uma sétima peça.

A razão é simples. Texto para postagem em rede social não se confunde com o card visual. A própria Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC diferencia a criação de card visual da criação de post apenas em texto, prevendo valor por peça.

1	Redes sociais / Blog (por post / tela)	Criação de card (visual - JPG/GIF) ou de post apenas em texto, valor por peça, inclui publicação (logo, foto, ilustração ou outros materiais como vídeos ou áudios) devem ser fornecidas caso seja necessário.	1.174,00
---	--	--	----------

A redação da tabela é tecnicamente relevante, pois não trata card e texto como uma entrega única e indivisível, mas como alternativas distintas de criação. O valor de R\$ 1.174,00 refere-se à criação de card visual ou à criação de post apenas em texto, e não à criação cumulativa de ambos sem qualquer repercussão na quantidade de peças ou no custo da campanha.

Ao apresentar simultaneamente a peça visual e o texto de legenda que a acompanha, a Mágica incorreu em dois vícios objetivos.

O primeiro consiste na extrapolação do número máximo de peças permitido na Ideia Criativa. A proposta passou a conter sete peças, e não seis, pois agregou ao post visual uma peça textual com função comunicacional própria.



O segundo consiste na extrapolação da verba referencial. Como a Tabela SINAPRO/SC atribui ao post apenas em texto o valor de R\$ 1.174,00, a aplicação do desconto de 30% resulta no custo de R\$ 821,80. Esse valor deveria ter sido acrescido ao total apresentado pela Mágica, de R\$ 399.958,09. Com a inclusão do custo omitido, a campanha passaria a totalizar R\$ 400.779,89, superando em R\$ 779,89 a verba referencial de R\$ 400.000,00 prevista para o Lote 5.

5	SANEAMENTO BÁSICO	Campanha de sensibilização sobre proteção das nascentes e mananciais e uso sustentável dos recursos hídricos.	R\$ 400.000,00
---	-------------------	---	----------------

Há, ainda, evidente vantagem competitiva. As demais licitantes permaneceram limitadas ao número de peças imposto pelo edital e, justamente por observarem a regra comum do certame, não puderam ampliar sua Ideia Criativa por meio de texto complementar equivalente.

A Mágica, ao contrário, utilizou a legenda como espaço adicional de desenvolvimento da mensagem, incorporando chamada à participação, estímulo ao compartilhamento, hashtags e reforço de alcance orgânico, elementos que qualificam a comunicação e ampliam a potência persuasiva da campanha.

A aceitação dessa prática comprometeria frontalmente a isonomia e o julgamento objetivo, pois transformaria o limite de seis peças em regra meramente aparente. Bastaria que qualquer licitante apresentasse uma peça visual e, em seguida, agregasse sob o rótulo de legenda um novo texto de campanha para obter, na prática, uma peça adicional sem sujeitar-se ao limite imposto pelo item 8.2.3 do edital.

Em licitação regida por critérios formais e objetivos, especialmente em proposta técnica de publicidade, a vantagem criativa obtida pela ampliação indevida de elementos comunicacionais não pode ser relativizada. Quem respeitou o edital não pode ser colocado em desvantagem diante de quem expandiu sua Ideia Criativa por via oblíqua. Admitir a legenda como simples acessório equivaleria a premiar a licitante que ampliou o conteúdo de sua proposta e a penalizar aquelas que se contiveram nos limites objetivos do instrumento convocatório.

Dessa forma, a proposta da Mágica Comunicação e Marketing Ltda., no Lote 5, não satisfaz exigência objetiva do edital, tanto pela extrapolação do limite de peças previsto no item 8.2.3 quanto pela ausência de adequada contabilização do custo correspondente à peça textual adicional, com superação da verba referencial.

Por isso, deve ser reconhecida a desconformidade objetiva e determinada sua desclassificação no Lote 5, nos termos do subitem 12.1.2, alínea a, do edital.

### **3.1.2. DAS DESCONFORMIDADES OBJETIVAS NO ENVELOPE Nº 3 E DE SEUS REFLEXOS NA VALIDADE DA AVALIAÇÃO TÉCNICA**



### 3.1.2.1. Da extrapolação do limite de peças no Relato 3 da Exit e da indevida apresentação de nove peças no Envelope nº 3

A proposta da Exit Comunicação Estratégica Ltda. apresenta desconformidade objetiva no Envelope nº 3, especificamente no Relato 3, intitulado 25 Anos Inesquecíveis, referente à Escola do Teatro Bolshoi no Brasil, pois a licitante apresentou nove peças publicitárias, excedendo em quatro o limite máximo permitido pelo item 8.5 do edital.

8.5 – Quanto aos relatos de soluções de problemas de comunicação, que integram o Envelope 3, os relatos - também conhecidos como cases - deverão ser apresentados com, no máximo, três relatos sobre soluções de problemas de comunicação, cada um com até duas páginas, expressamente referendados pelos respectivos anunciantes por meio de declaração que não conta no quantitativo de páginas. **É permitida a inclusão de até cinco peças** de qualquer tipo para cada relato de solução de problemas de comunicação.

O item 8.5 foi expresso ao estabelecer que os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, também conhecidos como cases, poderiam conter, no máximo, três relatos, cada qual com até duas páginas, **sendo permitida a inclusão de até cinco peças de qualquer tipo para cada relato de solução de problema de comunicação.**

A regra é objetiva. Para cada relato, a licitante poderia apresentar até cinco peças. A Exit, contudo, no Relato 3, apresentou nove.

A primeira peça corresponde ao VT 60 segundos 25 Anos Inesquecíveis.



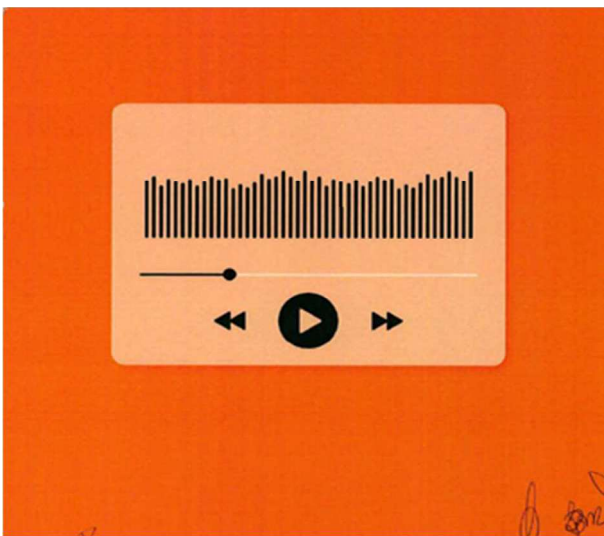
*Handwritten signature or initials in blue ink.*

A segunda peça corresponde ao outdoor 25 Anos Inesquecíveis.





A terceira peça corresponde ao spot 30 segundos rádio 25 Anos Inesquecíveis.



Na sequência, a Exit apresentou quatro adesivos de escadaria, originalmente agrupados como se fossem uma única peça. Contudo, cada adesivo possui imagem própria, composição visual própria, aplicação individualizada dos elementos da campanha e assinatura do anunciante, razão pela qual devem ser contabilizados como quatro peças autônomas, correspondentes às peças 4, 5, 6 e 7.







A tentativa de tratar os quatro adesivos como uma única peça e os dois banners digitais como uma única peça não se sustenta. Esses materiais não configuram peças sequenciais. São peças independentes, cada uma com início, meio e fim comunicacional, capazes de transmitir isoladamente a mensagem da campanha.

Em publicidade, peça sequencial é aquela construída por encadeamento, e não por simples agrupamento físico ou temático de materiais. Trata-se de estratégia na qual se apresenta ao público uma série de anúncios em ordem específica, cada qual destinado a construir sobre a mensagem anterior, de modo que a compreensão plena da comunicação dependa da progressão narrativa entre as peças.

O elemento decisivo, portanto, é a dependência comunicacional entre as partes. Uma peça sequencial não existe quando cada material funciona isoladamente, repetindo a mesma campanha, a mesma assinatura e os mesmos elementos centrais. Ela existe quando cada anúncio cumpre uma etapa da mensagem e se conecta ao anterior ou ao seguinte, para construir progressivamente uma história, um argumento, um desejo ou uma chamada para ação.

Isso fica claro nos exemplos técnicos de anúncios sequenciais. Neles, os materiais não funcionam plenamente de forma isolada. Cada peça acrescenta uma etapa da narrativa,



que somente se completa na peça final ou no encerramento da sequência. Em uma peça sequencial verdadeira, as partes isoladas não têm fim em si mesmas, porque a mensagem ainda está em construção.

Outro elemento relevante é a assinatura do anunciante. Na lógica sequencial, a assinatura aparece no fechamento da mensagem, justamente porque, enquanto a história está sendo construída, ainda não há encerramento comunicacional. A arte final, que traz a chamada conclusiva e a marca do anunciante, é aquela que fecha a sequência.

Se cada uma das peças vem assinada, com marca do anunciante, conceito completo e mensagem autônoma, a estrutura de anúncio sequencial não se sustenta. Nesse caso, não há sequência narrativa, mas peças isoladas umas das outras, ainda que possam ter identidade visual comum ou pertencer à mesma campanha.

A referência técnica<sup>1</sup> sobre anúncio sequencial ilustra essa diferença ao tratar de peças em que a ideia se desenvolve em páginas ou etapas sucessivas, nas quais uma peça prepara a leitura da outra e a mensagem se conclui apenas ao final.

### 3.1 Recurso Criativo Grupo 1: *all-image*

Peças *all-image* são aquelas em que a ideia principal é passada utilizando-se apenas o código imagético. O código textual é usado – quando muito – na assinatura do anúncio. É o caso, por exemplo, do anúncio **sequencial** de duas páginas simples, ambas localizadas no lado ímpar da revista, feito para a *Natan Joalheria*. Na primeira página aparece a imagem de um rapaz não muito bonito com uma caixa de joias fechada. Na página seguinte, com a joia visível ele torna-se mais bonito. A assinatura *Natan Joalheria*. *O poder dos quilates* encerra a peça. (Fig. 44)

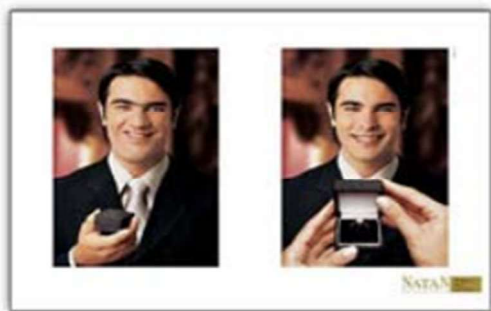


Fig. 44

Outro exemplo de peça sequencial evidencia a mesma lógica. Há uma sequência de anúncios menores, cada um destinado a construir progressivamente a percepção do público, até que a peça final revele a conclusão da campanha, o produto e a chamada comercial.

<sup>1</sup> [https://www.espm.br/wp-content/uploads/CASTRO-BUDAG-comunicacao\\_e\\_consumo\\_primeiros\\_ensaios.pdf](https://www.espm.br/wp-content/uploads/CASTRO-BUDAG-comunicacao_e_consumo_primeiros_ensaios.pdf), página 50.



ARRAUJO & CURRI & ARAUJO

**ILHA 1**

**PENSE EM UM CARRO**  
que checa a pressão dos pneus por você.

**MONITORAMENTO DE PRESSÃO DOS PNEUS**  
Sistema inteligente que verifica e ajusta a pressão dos pneus automaticamente, por meio de sensores, quando a velocidade de um dos pneus difere de um dos outros.

**ILHA 2**

**PENSE EM UM CARRO**  
capaz de manter a temperatura ideal mesmo em uma vaga debaixo do sol.

**REMOTE START**  
Aquecimento do motor e pré-aquecimento do ar condicionado, permitindo que você tenha mais conforto ao entrar no carro.

**ILHA 3**

**PENSE EM UM CARRO**  
que reduz o consumo de combustível e a emissão de poluentes com um simples comando.

**ECO MODE**  
Botão no painel central que proporciona troca de marchas com economia de combustível.

**ILHA 4**

**PENSE EM UM CARRO**  
que mantém a estabilidade mesmo em pistas molhadas e escorregadias.

**PROGRAMA ELETRÔNICO DE ESTABILIDADE**  
O mais avançado programa disponível em SUVs que ajuda a manter o controle do veículo nas condições mais adversas.

**ILHA 5**

**PENSE EM UM CARRO**  
em que você não precisa trocar marchas, pisar no acelerador nem sequer puxar o freio de mão.

**TRANSMISSÃO AUTOMÁTICA COM ACTIVE SELECT**  
**CONTROLADOR DE VELOCIDADE**  
**ACIONAMENTO ELÉTRICO DO FREIO DE ESTACIONAMENTO**

**AGORA PENSE EM TUDO ISSO COM PREÇO REDUZIDO, TAXA ZERO, IPVA GRÁTIS E VOCÊ ATRÁS DO VOLANTE.**

*Captiva. Se você parar pra pensar, vai querer uma.*

R\$ 67.990 de tabela ou entrada de R\$ 53.088,00 + 30 x R\$ 1.199,08 - TAXA 2,92%



Motor EcoTec 2.4 16V HD CV com injeção direta  
 5ª marcha (manual/automático) / 6ª marcha e travagem de subida em marcha manual de 6ª marcha  
 6ª marcha automática com injeção direta  
 6ª marcha automática com injeção direta  
 6ª marcha automática com injeção direta

**EM TODA A REDE DE CONCESSIONÁRIAS CHEVROLET**  
SERVIÇOS ESPECIALIZADOS: [WWW.SERVICIOSCHEVROLET.COM.BR](http://WWW.SERVICIOSCHEVROLET.COM.BR)

**Chevrolet. Conte Comigo.**

GRANDE HISSA - BARRA VERDE/ALTO LAGO (2010-2011) | GRANDE HISSA - CAMPINAS (2010-2011) | GRANDE HISSA - MARIPÓLIS (2010-2011) | LUNA DE CRUZEIRO (2010-2011) | LUNA DE CRUZEIRO - SÃO PAULO (2010-2011) | LUNA DE CRUZEIRO - SÃO PAULO (2010-2011) | LUNA DE CRUZEIRO - SÃO PAULO (2010-2011) | LUNA DE CRUZEIRO - SÃO PAULO (2010-2011)

Respeite os limites de velocidade.

Chevrolet

O anúncio sequencial convida o consumidor a idealizar o carro dos sonhos, repleto de mecanismos tecnológicos que garantem o seu conforto. No final, um grande anúncio de página inteira revela o carro, ainda com diferenciais valiosos de preço.

Esses exemplos revelam o traço essencial da peça sequencial: cada parte não funciona plenamente sozinha. A mensagem se constrói por acúmulo, encadeamento e fechamento final.



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X83AM>

Por isso, em uma sequência verdadeira, as partes isoladas não possuem autonomia comunicacional plena, e a assinatura do anunciante aparece como encerramento da mensagem, justamente porque antes disso a narrativa ainda está em construção.

É exatamente o oposto do que ocorre no Relato 3 da Exit. Os quatro adesivos de escadaria apresentados pela licitante não dependem uns dos outros para serem compreendidos. Cada um explora a campanha, traz elementos visuais próprios, reproduz o conceito, contém o selo comemorativo e apresenta a marca do anunciante. Qualquer um desses adesivos poderia ser aplicado separadamente, em local distinto, sem que a mensagem se tornasse incompleta.

O mesmo raciocínio se aplica aos dois banners digitais. Cada banner possui estrutura comunicacional suficiente, assinatura, conceito e fechamento próprio. Não há encadeamento narrativo necessário entre eles. Há, quando muito, repetição de uma mesma campanha em peças distintas, o que não autoriza a sua fusão artificial em uma única peça para fins de contagem do limite editalício.

A própria forma de apresentação adotada pela Exit reforça essa conclusão. Antes da exposição das peças 4, 5, 6 e 7, a licitante identifica o conjunto no plural, como adesivos, e não como adesivo, o que revela que a própria agência reconheceu estar diante de mais de uma peça. O plural utilizado não é acidental nem irrelevante. Ele corresponde exatamente à realidade visual e comunicacional dos materiais apresentados, que possuem imagens próprias, aplicação individualizada, assinatura do anunciante e autonomia de leitura.

Esse ponto elimina qualquer tentativa de tratar os quatro adesivos como uma única peça publicitária. Se a própria licitante os apresenta como adesivos, e se cada material possui mensagem visual completa, identidade própria e capacidade de comunicação isolada, não há fundamento técnico ou editalício para comprimi-los artificialmente em uma só peça apenas para escapar do limite objetivo previsto no item 8.5 do edital.

A consequência competitiva é evidente. Ao apresentar nove peças no Relato 3, quando o edital permitia apenas cinco, a Exit ampliou indevidamente seu repertório demonstrável, exibiu maior variedade de aplicações e reforçou sua capacidade criativa por meio de quantidade superior de materiais. As demais licitantes, que observaram o limite editalício, ficaram restritas à apresentação de cinco peças por relato, justamente como exigia o instrumento convocatório.

Assim, além de violar diretamente a vinculação ao edital, o descumprimento objetivo do item 8.5 quebra a isonomia entre as concorrentes, pois permite que uma licitante valorize seu Relato de Solução de Problema de Comunicação com quatro peças adicionais, enquanto as demais tiveram sua demonstração técnica contida pelo teto regulamentar. A Administração não pode validar esse desequilíbrio sem transformar o limite editalício em mera recomendação e sem prejudicar quem estruturou sua proposta dentro da regra comum do certame.

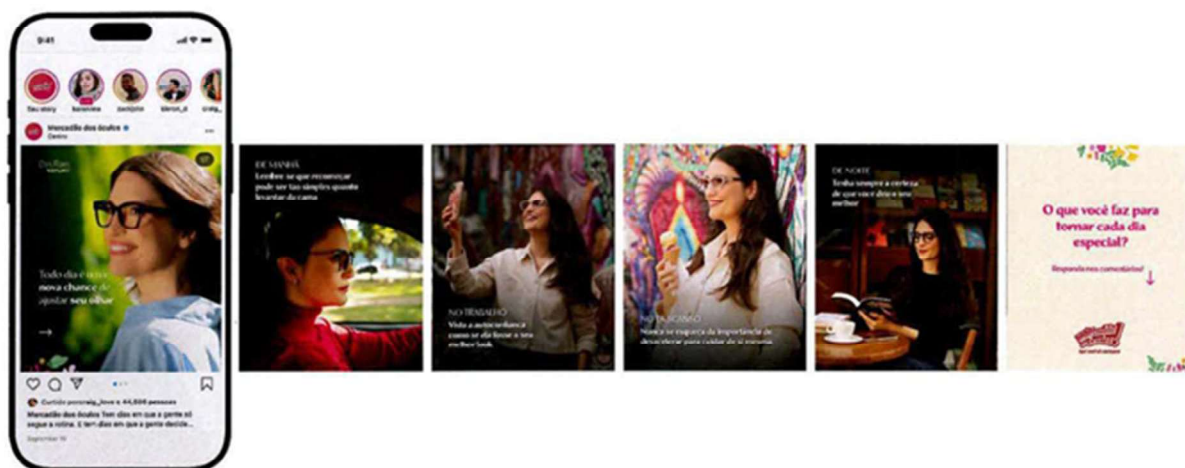
A diferença fica ainda mais evidente quando se observam exemplos efetivamente sequenciais apresentados por outras licitantes. Em peça da Engenho, por exemplo, cada tela



do banner digital traz parcela da informação, compondo progressivamente uma mensagem única, que somente se completa ao final.



Também há exemplo de peça sequencial apresentada pela Supernova, em que os cards compõem uma narrativa progressiva e se encerram com chamada final e assinatura do anunciante, seguindo a lógica própria desse tipo de solução criativa.



Essas peças, sim, seguem a lógica sequencial. O que a Exit apresentou, por outro lado, são peças isoladas, completas em si mesmas, assinadas individualmente e aptas a comunicar a campanha sem dependência das demais.

A própria forma de apresentação da Exit reforça essa conclusão. O mesmo ocorre com os banners digitais, visualmente distintos e comunicacionalmente autônomos.



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X88>

A irregularidade não é formalismo irrelevante. O limite de cinco peças por relato tem função de isonomia, pois impede que uma licitante valorize seu repertório mediante quantidade superior de materiais, enquanto as demais ficam vinculadas ao teto editalício.

A Exit, ao apresentar nove peças no Relato 3, buscou vantagem na demonstração de sua experiência, amplitude criativa e capacidade de execução, pois exibiu quatro peças além do máximo permitido.

Permitir essa prática significaria transformar o limite do item 8.5 em regra aparente, bastando à licitante agrupar artificialmente peças independentes sob uma mesma denominação para ampliar seu repertório sem sofrer consequência. Isso compromete a vinculação ao edital, a isonomia entre os participantes e o julgamento objetivo.

Dessa forma, a Exit Comunicação Estratégica Ltda. descumpriu objetivamente o item 8.5 do edital ao apresentar, no Relato 3 do Envelope nº 3, nove peças publicitárias quando o limite máximo permitido era de cinco.

A desconformidade compromete a regularidade da proposta técnica e atrai a incidência do subitem 12.1.2, alínea a, do edital, impondo o reconhecimento do vício e a desclassificação da licitante.

### **3.1.2.2. Da insuficiência das declarações de clientes atuais da Supernova na Capacidade de Atendimento e do descumprimento do item 8.3, alínea d**

No Envelope nº 3, a proposta técnica da Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. apresenta desconformidade objetiva no subquesto Capacidade de Atendimento, pois as declarações apresentadas para comprovação da relação de clientes atuais não atendem ao conteúdo mínimo exigido pelo item 8.3, alínea d, do edital, nem ao esclarecimento vinculante prestado pela própria Administração.

O item 8.3, alínea d, exigiu a apresentação da relação dos clientes atuais da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento, com comprovação por meio de declaração emitida e assinada por representante dos clientes.

**8.3 – Quanto à comprovação da capacidade de atendimento:** que integra o Envelope 3, deverá ser através de:

d) Relação dos clientes atuais da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento. Esta comprovação se dará por meio de declaração emitida e assinada por representante dos clientes.

A exigência, portanto, não se satisfazia com declaração genérica de existência de contrato, nem com fórmula aberta de que a agência executaria serviços similares ao objeto da concorrência.

Essa conclusão foi confirmada pela própria Administração no Esclarecimento 01, Questionamento 2, que a todos vinculam. Ao responder sobre o conteúdo mínimo da declaração, a Administração afirmou que, embora não houvesse modelo pré estabelecido, as declarações deveriam contemplar minimamente os dados elencados na Cláusula 8.3, alínea d, sendo indispensáveis os elementos que permitissem identificar a empresa, o ramo de



atividade, a data do início do atendimento e o responsável pelos dados, além dos serviços efetivamente prestados.

**Questionamento 2: "Conteúdo mínimo da declaração:** *Existe a exigência de que a declaração contenha informações específicas, tais como: identificação completa do cliente, CNPJ, período de atendimento, descrição sucinta dos serviços prestados, identificação e qualificação do signatário, ou outros dados considerados indispensáveis?"*

**Resposta:** Conforme manifestação da Secretaria requisitante, através do Memorando SEI nº 28257509/2026 - SECOM.GAB: *"Embora não haja previsão de texto pré-estabelecido, as declarações devem contemplar minimamente os dados elencados na Cláusula 8.3, alínea "d". Portanto, são indispensáveis os dados que permitam identificar a empresa, o ramo de atividade, a data do início do atendimento e o responsável pelos dados, além dos serviços efetivamente prestados."*

A Supernova apresentou onze clientes e respectivas declarações, todas com estrutura textual padronizada e substancialmente genérica. O conteúdo é insuficiente. As declarações não indicam o ramo de atividade da empresa cliente, não descrevem os serviços efetivamente prestados e não apresentam, com precisão mínima, a data de início do atendimento.

A fórmula utilizada, segundo a qual a Supernova executa serviços similares ao objeto desta Concorrência, é abstrata, circular e incapaz de comprovar o que o edital exigiu.

#### À Prefeitura Municipal de Joinville

Secretaria de Administração e Planejamento

Unidade de Licitações

Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº 023/2026

Edital SEI nº 28020286/2026

Por meio desta, atestamos que nossa empresa possui contrato ativo com a agência SUPERNOVA desde 2023. Ressalta-se, ainda, que a empresa cumpre fielmente os compromissos assumidos com nossa empresa, onde executa serviços similares ao objeto desta Concorrência.

A expressão serviços similares ao objeto desta Concorrência não comprova serviço algum. Ela não identifica campanha, não especifica atividade publicitária, não informa se houve planejamento, criação, produção, mídia, não mídia, gestão de conteúdo, comunicação institucional ou qualquer outra entrega concreta.

Trata-se de afirmação vaga, que exige confiança cega na declaração, quando o edital exigia comprovação objetiva de dados mínimos.

Também não basta dizer que há contrato ativo desde 2023. O edital e o esclarecimento exigiram data do início do atendimento, e não referência anual aproximada.

A diferença é relevante, pois a ordem cronológica dos clientes atuais e o tempo de atendimento são elementos de avaliação da capacidade da agência. Sem data precisa, a



Administração e as demais licitantes não conseguem verificar adequadamente a antiguidade, a continuidade e a ordem da relação apresentada.

O vício é ainda mais grave porque o Esclarecimento 01 não deixou margem de dúvida. A Administração foi provocada justamente sobre quais dados seriam indispensáveis e respondeu expressamente que deveriam constar o ramo de atividade e os serviços efetivamente prestados.

A Supernova, mesmo assim, optou por declarações genéricas, incapazes de atender ao comando objetivo do edital.

Não se trata de formalismo nem de exigência documental secundária. A Capacidade de Atendimento mede a aptidão real da agência para atender clientes, organizar estrutura, manter relações contratuais e executar serviços compatíveis com o objeto licitado.

Se as declarações não indicam o ramo de atividade dos clientes e não descrevem os serviços efetivamente prestados, a Subcomissão e a Comissão ficam privadas justamente dos elementos que permitiriam aferir a pertinência e a relevância da experiência declarada.

A própria conduta da Comissão na fase de habilitação confirma a relevância desse tipo de informação.

Ao analisar atestados de capacidade técnica apresentados pela Supernova, verificou-se que os documentos não descreviam de forma detalhada os serviços de publicidade e propaganda efetivamente realizados, razão pela qual foi solicitada a apresentação de documentos comprobatórios que evidenciassem, com maior precisão e detalhamento, os serviços executados para as respectivas empresas.

2) Em análise aos Atestados de Capacidade Técnica apresentados, verificou-se que os documentos não descrevem de forma detalhada os serviços de publicidade e propaganda efetivamente realizados, limitando-se a declarar que a agência possui capacidade técnica para executar os serviços previstos no edital de Concorrência nº 023/2026.

Deste modo, solicita-se a apresentação de **documentos comprobatórios** que evidenciem, com maior precisão e detalhamento, os serviços executados para as respectivas empresas, de modo a complementar e validar as informações já apresentadas. Exemplos: contrato de prestação de serviços, notas fiscais, entre outros.

Esse dado é decisivo porque revela que a própria Administração reconheceu, em momento posterior, que fórmulas genéricas não bastam para comprovar experiência técnica em publicidade e propaganda.

Se, na habilitação, a ausência de detalhamento dos serviços motivou diligência, com maior razão não se pode admitir que, no Envelope nº 3, declarações igualmente genéricas tenham sido consideradas aptas para compor validamente a Capacidade de Atendimento, especialmente quando o Esclarecimento 01 já havia definido o conteúdo mínimo indispensável.

A deficiência não pode ser suprida por presunção, inferência, conhecimento externo sobre a atividade dos clientes ou complementação posterior que substitua informação essencial ausente no Envelope nº 3.



O julgamento técnico deve se apoiar no conteúdo apresentado tempestivamente, nos termos do edital, sob pena de violação à isonomia e à vinculação ao instrumento convocatório.

Em outras palavras, a Supernova não entregou aquilo que o edital pediu. Apresentou declarações padronizadas, genéricas e incompletas, sem indicação do ramo de atividade, sem descrição dos serviços efetivamente prestados e sem data precisa de início do atendimento. Com isso, descumpriu o item 8.3, alínea d, e o Esclarecimento 01, Questionamento 2, que integrava o regime jurídico vinculante do certame.

Dessa forma, deve ser reconhecida a desconformidade objetiva das declarações de clientes atuais apresentadas pela Supernova no Envelope nº 3, com a consequente invalidação da pontuação atribuída ao subquesto afetado ou, diante da natureza objetiva da exigência descumprida, a desclassificação da proposta técnica, nos termos do item 12.1.2, alínea a, do edital.

### **3.1.3. DAS DESCONFORMIDADES VERIFICADAS NAS PROPOSTAS DE PREÇOS E DE SEUS REFLEXOS NA REGULARIDADE DA CLASSIFICAÇÃO FINAL**

#### **3.1.3.1. Da incompletude da proposta de preços da Supernova nos Lotes 1, 4 e 5 quanto aos honorários previstos nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária**

A proposta de preços apresentada pela Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda., nos Lotes 1, 4 e 5, contém desconformidade objetiva em relação ao conteúdo exigido para a formação da remuneração contratual, pois suprimiu trecho relevante relativo à incidência dos honorários quando a atuação da agência se limitar à contratação ou ao pagamento de serviços ou suprimentos.

Na proposta da Supernova, o subitem b prevê honorários de 5% a serem cobrados da Prefeitura quando a responsabilidade da agência ficar limitada, exclusivamente, à contratação ou ao pagamento do serviço ou suprimento, sobre o respectivo valor.

Ocorre que a redação apresentada não reproduz integralmente o regime previsto no modelo editalício, deixando de indicar que tal remuneração se dá conforme o subitem 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.



**1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:**

- a. Percentual de desconto a ser concedido a PREFEITURA MUNICIPAL DE JOINVILLE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela de Preços Referenciais emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina: **30% (trinta por cento):**
- b. Honorários a serem cobrados da PREFEITURA, quando a responsabilidade da Agência ficar limitada, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo: **5% (cinco por cento):**

**2. Declaramos que a presente proposta implica a aceitação integral das seguintes condições:**

- a. Os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC vigente, serão pagos conforme estabelecido no item 13 - Do preço dos serviços - do Edital.
- b. Os descontos ofertados nesta Proposta de Preços serão concedidos sobre os preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços SINAPRO/SC, durante toda a vigência contratual;

**supernova**

- c. O percentual de honorários ofertado nesta Proposta de Preços, sobre a remuneração das agências, quando a atuação da agência se limitar à contratação ou pagamento dos serviços ou suprimentos será concedido durante toda a vigência contratual.

A diferença fica clara quando comparada com a proposta apresentada pela Engenho, que reproduziu o conteúdo de forma completa, registrando que o percentual sobre a remuneração das agências, no tocante aos honorários quando a atuação da agência se limitar à contratação ou ao pagamento dos serviços ou suprimentos, conforme previsto no subitem 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, será de 5% sobre o valor correspondente.



- b) Que durante a vigência do contrato, concederá o desconto de 30% (trinta por cento) sobre os preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, observado o disposto no subitem 13.1 deste Edital;
- c) Que o percentual sobre a remuneração das agências, no tocante aos honorários, quando a atuação da agência se limitar à contratação ou pagamento dos serviços ou suprimentos, conforme previstos no subitem 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (NPAP) do CENP, será de 5% (cinco por cento) sobre o valor correspondente;
- d) Que concorda que os honorários especiais serão acrescidos de 15% (quinze por cento) sobre os valores de serviços especializados e suprimentos externos contratados, conforme previsto no subitem 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (NPAP) do CENP;
- e) Que concorda com os percentuais legais sobre a remuneração das agências, que considera o Desconto-padrão e 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, conforme prática de mercado e legislação vigente, de acordo com o previsto no subitem 2.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (NPAP) do CENP;

A omissão não é irrelevante. A proposta de preços não é um documento meramente declaratório, mas a manifestação vinculante da licitante sobre a política de remuneração que adotará durante a execução contratual.

Em contratação de agência de publicidade, a referência às Normas-Padrão da Atividade Publicitária não constitui adorno textual, mas elemento que define o enquadramento jurídico e econômico dos honorários, especialmente nas hipóteses em que a atuação da agência se limita à contratação ou ao pagamento de serviços ou suprimentos.

Ao deixar de vincular expressamente o percentual de 5% ao subitem 3.6.2 das Normas-Padrão, a Supernova apresentou redação incompleta e menos precisa do que a exigida, deslocando o fundamento da cobrança para uma formulação própria e reduzida.

A proposta, assim, não reproduz integralmente a condição de remuneração prevista no instrumento convocatório e abre margem interpretativa indevida sobre o regime aplicável aos honorários.

É certo que, no cabeçalho da proposta, a Supernova declarou apresentar a proposta de preços em conformidade com o Edital SEI nº 28020286/2026, com o Termo de Referência, com as Diretrizes do Certame, com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e com a Tabela SINAPRO vigente, declarando plena ciência e aceitação de todas as condições estabelecidas.

**Apresentamos a PROPOSTA DE PREÇOS para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, em conformidade com o Edital SEI nº 28020286/2026, Termo de Referência, Diretrizes do Certame, Normas-Padrão da Atividade Publicitária e Tabela SINAPRO vigente, declarando plena ciência e aceitação de todas as condições estabelecidas.**

Essa declaração genérica, contudo, não convalida a incompletude do item específico da proposta de preços. A aceitação geral das regras do edital é pressuposto mínimo de participação, mas não substitui a obrigação de apresentar proposta de preços em conformidade com o conteúdo exigido.



Se a cláusula geral de ciência e aceitação fosse suficiente para corrigir qualquer divergência específica, todos os itens objetivos da proposta perderiam função, e a análise de conformidade seria reduzida a uma declaração abstrata de concordância.

O ponto é simples. O cabeçalho da proposta afirma, em termos gerais, que a Supernova conhece e aceita o edital. O subitem b, porém, é o local próprio em que a licitante deveria declarar, de maneira específica e completa, a condição de remuneração aplicável aos honorários de 5%. E foi exatamente nesse ponto específico que a redação veio incompleta, sem a referência normativa essencial que delimita o regime de cobrança.

A desconformidade ganha maior relevo porque a proposta da Engenho e das demais agências licitantes demonstra que o cumprimento integral da exigência era perfeitamente possível e objetivo. A diferença não decorre de estilo redacional nem de mera organização gráfica. A Supernova deslocou a forma de oferta dos percentuais para item próprio e, ao fazê-lo, suprimiu trecho normativo relevante da condição relativa aos honorários.

Em matéria de proposta de preços, não há espaço para presunções benevolentes ou complementações interpretativas que favoreçam uma licitante em detrimento das demais.

A Administração deve julgar o documento tal como apresentado, especialmente quando se trata de condição que integra a remuneração contratual e que poderá produzir efeitos na execução futura do contrato.

A proposta de preços deve ser clara, completa, objetiva e aderente ao modelo e às condições do edital. A ausência de referência expressa ao subitem 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP no item específico dos honorários torna a declaração da Supernova incompleta e desconforme, pois não reproduz integralmente a disciplina que deveria reger a remuneração da agência nessa hipótese.

Dessa forma, nos Lotes 1, 4 e 5, deve ser reconhecida a desconformidade objetiva da proposta de preços da Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda., com a consequente invalidação de sua aceitação e a adoção das providências necessárias à recomposição da legalidade do certame, inclusive com sua desclassificação nos referidos lotes, caso reconhecido que a proposta não satisfaz integralmente as exigências fixadas no edital e em seus anexos.

### **3.1.4. DAS IRREGULARIDADES VERIFICADAS NA HABILITAÇÃO DAS LICITANTES E DA NECESSIDADE DE CONTROLE OBJETIVO DAS CONDIÇÕES EXIGIDAS PARA CONTRATAÇÃO**

#### **3.1.4.1. Da ausência de representação societária válida nos documentos contábeis da Exit e da insuficiência da assinatura isolada de uma sócia**

A habilitação da Exit Comunicação Estratégica Ltda. deve ser revista, pois os documentos contábeis apresentados para comprovação da qualificação econômico-financeira não observam a forma de representação societária prevista no próprio contrato social da licitante.



A Alteração Contratual nº 13 da Exit é expressa ao dispor que a sociedade será administrada pelas sócias Samanta Padoin Tassotti e Rosita Boeing Machado Lopes, ambas na qualidade de diretoras. Mais do que isso, a cláusula 13ª estabelece que as diretoras representam a sociedade em juízo ou fora dele, ativa e passivamente, assinando sempre em conjunto ou com procurador com poderes específicos.

ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº 13 DA SOCIEDADE EXIT COMUNICAÇÃO ESTRATEGICA  
LTDA  
CNPJ nº 05.511.924/0001-76

Parágrafo 4º – As deliberações tomadas de conformidade com a Lei e o contrato social vinculam todos os sócios, ainda que ausentes ou dissidentes.

CLÁUSULA 12ª – A sociedade será administrada pelas sócias SAMANTA PADOIN TASSOTTI e ROSITA BOEING MACHADO LOPES, ambas anteriormente qualificadas, na qualidade de Diretoras, ficando dispensadas de prestar caução.

Parágrafo Único – A sociedade poderá designar administradores não sócios no próprio contrato social ou em reunião de quotistas, convocada para este fim.

CLÁUSULA 13ª – As diretoras terão amplos e gerais poderes de administração dos negócios sociais e a prática dos atos necessários ao regular funcionamento da sociedade, representando-a em juízo ou fora dele, ativa e passivamente, podendo contratar, transigir, contrair obrigações, enfim, desempenhar todos os atos necessários para o cumprimento de suas atribuições, assinando sempre em conjunto ou com um procurador com poderes específicos.

Esse ponto é decisivo. A própria Exit delimitou, em seu ato constitutivo, a forma pela qual a sociedade se obriga perante terceiros e perante a Administração Pública. Não há discricionariedade da Comissão para relativizar esse comando societário.

Se o contrato social exige assinatura conjunta das diretoras ou assinatura por procurador com poderes específicos, a assinatura isolada de uma única sócia não basta para representar validamente a pessoa jurídica nos documentos de habilitação.

No caso concreto, não foi apresentada procuração que atribuísse poderes específicos à sócia Rosita Boeing Machado Lopes para, isoladamente, assinar demonstrações contábeis, demonstrativos financeiros, índices econômico-financeiros ou quaisquer documentos de habilitação em nome da Exit. Também não se verifica a assinatura conjunta da outra diretora, Samanta Padoin Tassotti.

Ainda assim, documentos contábeis relevantes foram apresentados apenas com a assinatura de Rosita Boeing Machado Lopes, além da assinatura técnica do contador.

A assinatura do contador, embora necessária sob a perspectiva técnica contábil, não substitui a representação societária da pessoa jurídica. O contador certifica tecnicamente a escrituração ou a demonstração. Quem vincula a sociedade, todavia, é o representante legal definido pelo contrato social.

Essa irregularidade aparece nos documentos contábeis relativos ao exercício de 2024. A Demonstração do Fluxo de Caixa, finda em 31 de dezembro de 2024 e 2023, foi apresentada com assinatura apenas da sócia Rosita Boeing Machado Lopes no campo societário, além do contador Ivan Pilon Torres.



**DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA  
MÉTODO INDIRETO  
FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2024 E 2023**

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA	31/12/2024	31/12/2023
<b>a) RESULTADO LÍQUIDO AJUSTADO</b>	<b>2.939.544,28</b>	<b>1.142.705,89</b>
Lucro (prejuízo) Líquido do Exercício	2.922.313,49	1.296.614,92
Depreciação e Amortização	16.744,72	(153.921,70)
Ajustes de Exercícios Anteriores	486,07	12,67
<b>1 - DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>199.957,92</b>	<b>(276.794,02)</b>
<b>a) (ACRESCIMO) / (DECRESCIMO) DO ATIVO</b>	<b>189.601,48</b>	<b>(285.526,37)</b>
Cientes a Receber	189.601,48	(285.526,37)
(Aumento) Redução no Ativo Não Circulante	-	8.098,54
(Aumento) Redução em Outras Contas do Ativo	3.956,44	643,21
<b>b) ACRESCIMO / (DECRESCIMO) DO PASSIVO</b>	<b>83.697,16</b>	<b>(23.503,25)</b>
Fornecedores	(80.95)	(12.381,45)
Obrigações Trabalhista e Previdenciária	(704,55)	(4.885,97)
Obrigações Tributárias	85.282,86	(6.235,83)
<b>2 - DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	<b>3.218.799,36</b>	<b>842.418,02</b>
Aquisição de Ativos Imobilizado	-	(1.158,61)
Valor Residual das baixas do Ativo	-	403.558,23
Aquisição de Cotas	(402,96)	-
<b>3 - TOTAL DAS ATIV. DE INVESTIMENTOS</b>	<b>(402,96)</b>	<b>402.399,62</b>
Pagamentos de Empréstimos e Financiamentos	-	(286.043,74)
Distribuição de Lucros	(2.628.952,72)	(1.250.087,06)
Juros pagos por Empréstimos	-	(10.164,10)
<b>4 - TOTAL DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS</b>	<b>(2.628.952,72)</b>	<b>(1.546.294,90)</b>
<b>AUMENTO LÍQUIDO DE CAIXA E EQUIVALENTES (1+2+3)</b>	<b>587.443,68</b>	<b>(301.477,26)</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>564.723,36</b>	<b>866.200,62</b>
<b>SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>1.152.167,04</b>	<b>564.723,36</b>

ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978  
Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978  
Dados: 2026.05.26 06:34:27 -03'00'

ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
CPF - 537.262.609-78  
SÓCIA ADMINISTRADORA



IVAN PILON TORRES:44941820959  
Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959  
Dados: 2026.05.26 06:46:10 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
CPF - 449.418.209-59  
CONTADOR - CRC/SC 129670-D-9

A mesma deficiência se verifica na Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, finda em 31 de dezembro de 2023 e 2024, igualmente assinada apenas por Rosita Boeing Machado Lopes no campo societário, além do contador.

**DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO  
FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2023 E 2024**

DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
	CAPITAL SOCIAL	ACUMULAÇÕES LUCROS	PREJUÍZOS
<b>SALDO EM 31/12/2022</b>	<b>800.000,00</b>	<b>409.908,60</b>	<b>-</b>
Ajustes de Exercícios Anteriores:			
retificação de erros de exercícios anteriores		12,67	
Lucro Líquido do Exercício:		1.296.614,92	
Proposta da Administ. de Destinação do Lucro:			
Lucros Distribuído		(1.250.087,06)	
<b>SALDO EM 31/12/2023</b>	<b>800.000,00</b>	<b>456.449,13</b>	<b>-</b>
Ajustes de Exercícios Anteriores:			
retificação de erros de exercícios anteriores		486,07	
Lucro Líquido do Exercício:		2.922.313,49	
Proposta da Administ. de Destinação do Lucro:			
Lucros Distribuído		(2.628.952,72)	
<b>SALDO EM 31/12/2024</b>	<b>800.000,00</b>	<b>759.296,97</b>	<b>-</b>

ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978  
Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978  
Dados: 2026.05.26 06:35:38 -03'00'

ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
CPF - 537.262.609-78  
SÓCIA ADMINISTRADORA



IVAN PILON TORRES:44941820959  
Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959  
Dados: 2026.05.26 06:42:36 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
CPF - 449.418.209-59  
CONTADOR - CRC/SC 129670-D-9



O vício também atinge o demonstrativo dos Índices da Estrutura Financeira findo em 31 de dezembro de 2024, documento central para a comprovação dos índices econômico-financeiros exigidos no edital, igualmente subscrito apenas por Rosita Boeing Machado Lopes no campo societário, além do contador.

<b>Exit Comunicação Estratégica Ltda</b>					
Rua Xavantes, 54 Sala 02 Mezanino CRH 3  Atiradores   Fone : (47) 3028-1300 88203-900   JOINVILLE – SC CNPJ: 05.511.524/0001-76   Insc. Municipal: 76213					
<b>ÍNDICES DA ESTRUTURA FINANCEIRA</b>					
<b>Finda em 31 DE DEZEMBRO DE 2024</b>					
<b>Liquidez Geral</b>	Ativo Circulante	1.832.230,45			
	Ativo Realizável a Longo	-			
	<b>Passivo Circulante</b>	<b>317.399,02</b>	<b>5,77</b>		
	Passivo Não Circulante	-			
<b>Liquidez Corrente</b>	Ativo Circulante	1.832.230,45			
	<b>Passivo Circulante</b>	<b>317.399,02</b>	<b>5,77</b>		
<b>Solvência Geral</b>	<b>Ativo Total</b>	<b>1.867.694,99</b>			
	<b>Passivo Circulante</b>	<b>317.399,02</b>	<b>5,88</b>		
	Passivo Não Circulante	-			
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <p><b>ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978</b> Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978 Dados: 2026.05.21 15:33:07 -03'00'</p> <p><b>ROSITA BOEING MACHADO LOPES</b> CPF - 537.262.609-78 SÓCIA ADMINISTRADORA</p> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <p><b>IVAN PILON TORRES:449418209591820959</b> Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959 Dados: 2026.05.21 15:30:00 -03'00'</p> <p><b>IVAN PILON TORRES</b> CPF - 449.418.209-59 CONTADOR - CRC/SC 12967/O-9</p> </td> </tr> </table>				<p><b>ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978</b> Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978 Dados: 2026.05.21 15:33:07 -03'00'</p> <p><b>ROSITA BOEING MACHADO LOPES</b> CPF - 537.262.609-78 SÓCIA ADMINISTRADORA</p>	<p><b>IVAN PILON TORRES:449418209591820959</b> Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959 Dados: 2026.05.21 15:30:00 -03'00'</p> <p><b>IVAN PILON TORRES</b> CPF - 449.418.209-59 CONTADOR - CRC/SC 12967/O-9</p>
<p><b>ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978</b> Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978 Dados: 2026.05.21 15:33:07 -03'00'</p> <p><b>ROSITA BOEING MACHADO LOPES</b> CPF - 537.262.609-78 SÓCIA ADMINISTRADORA</p>	<p><b>IVAN PILON TORRES:449418209591820959</b> Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959 Dados: 2026.05.21 15:30:00 -03'00'</p> <p><b>IVAN PILON TORRES</b> CPF - 449.418.209-59 CONTADOR - CRC/SC 12967/O-9</p>				

A situação se repete nos documentos contábeis relativos ao exercício de 2025. A Demonstração do Fluxo de Caixa, finda em 31 de dezembro de 2025 e 2024, também foi apresentada com assinatura isolada de Rosita Boeing Machado Lopes, além do contador.



**Exit Comunicação Estratégica Ltda**

Rua Xavantes, 54 Sala 02 Mezanino CRH 3| Atradores | Fone : (47) 3028-1300  
89203-900 | JOINVILLE - SC  
CNPJ: 05.511.924/0001-78 | Insc. Municipal: 76213

**DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA  
MÉTODO INDIRETO  
FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2025 E 2024**

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA	31/12/2025	31/12/2024
<b>a) RESULTADO LÍQUIDO AJUSTADO</b>	<b>2.531.849,76</b>	<b>2.939.544,28</b>
Lucros (prejuízos) líquidos do Exercício	2.519.586,21	2.922.313,49
Depreciação e Amortização	12.263,55	16.744,72
Ajustes de Exercícios Anteriores	-	486,07
<b>1 - DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>(278.932,50)</b>	<b>193.657,92</b>
<b>a) (ACRESCIMO) / (DESCRESCIMO) DO ATIVO</b>		
Clientes a Receber	(280.014,19)	189.601,48
(Aumento) Redução em Outras Contas do Ativo	1.081,69	3.956,44
<b>b) ACRESCIMO / (DESCRESCIMO) DO PASSIVO</b>	<b>37.265,39</b>	<b>83.697,16</b>
Fornecedores	-	(880,95)
Obrigações Trabalhistas e Previdenciária	(1.191,52)	(704,55)
Obrigações Tributárias	38.456,91	85.282,66
<b>2 - DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	<b>2.290.182,65</b>	<b>3.216.799,36</b>
Aquisição de Cotas	(3.026,24)	(402,96)
<b>3 - TOTAL DAS ATIV. DE INVESTIMENTOS</b>	<b>(3.026,24)</b>	<b>(402,96)</b>
Distribuição de Lucros	(2.898.700,49)	(2.628.952,72)
<b>4 - TOTAL DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS</b>	<b>(2.898.700,49)</b>	<b>(2.628.952,72)</b>
<b>AUMENTO LÍQUIDO DE CAIXA E EQUIVALENTES (1+2+3)</b>	<b>(611.544,08)</b>	<b>587.443,68</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>1.152.167,04</b>	<b>564.723,36</b>
<b>SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>540.622,96</b>	<b>1.152.167,04</b>

ROSITA BOEING MACHADO  
LOPES:53726260978

Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO  
LOPES:53726260978  
Dados: 2026.05.26 06:30:29 -03'00'

ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
CPF - 537.262.609-78  
SÓCIA ADMINISTRADORA

IVAN PILON TORRES:449 41820959

Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959  
Dados: 2026.05.26 06:19:49 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
CPF - 449.418.209-59  
CONTADOR - CRC/SC 12987/D-9

A Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, finda em 31 de dezembro de 2024 e 2025, igualmente apresenta assinatura isolada da mesma sócia, sem a assinatura conjunta exigida no contrato social.

**Exit Comunicação Estratégica Ltda**

Rua Xavantes, 54 Sala 02 Mezanino CRH 3| Atradores | Fone : (47) 3028-1300  
89203-900 | JOINVILLE - SC  
CNPJ: 05.511.924/0001-78 | Insc. Municipal: 76213

**DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO  
FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2024 E 2025**

**DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO**

Finda em 31 de Dezembro de 2025  
Valores expressos em R\$ mil (R\$)

	CAPITAL SOCIAL	PATRIMÔNIO LÍQUIDO ACUMULADOS		PATRIMÔNIO LÍQUIDO
		LUCROS	PREJUÍZOS	
<b>SALDO EM 31/12/2023</b>	<b>800.000,00</b>	<b>456.449,13</b>	<b>-</b>	<b>1.256.449,13</b>
Ajustes de Exercícios Anteriores:				
retificação de erros de exercícios anteriores		486,07	-	486,07
Lucro Líquido do Exercício:		2.922.313,49	-	2.922.313,49
Proposta de Administ. de Destinação do Lucro:				
Lucros Distribuído		(2.628.952,72)	-	(2.628.952,72)
<b>SALDO EM 31/12/2024</b>	<b>800.000,00</b>	<b>759.295,97</b>	<b>-</b>	<b>1.559.295,97</b>
Lucro Líquido do Exercício:		2.519.586,21	-	2.519.586,21
Proposta de Administ. de Destinação do Lucro:				
Lucros Distribuído		(2.898.700,49)	-	(2.898.700,49)
<b>SALDO EM 31/12/2025</b>	<b>800.000,00</b>	<b>371.181,69</b>	<b>-</b>	<b>1.171.181,69</b>

ROSITA BOEING MACHADO  
LOPES:53726260978

Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO  
LOPES:53726260978  
Dados: 2026.05.26 06:27:43 -03'00'

ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
CPF - 537.262.609-78  
SÓCIA ADMINISTRADORA

IVAN PILON TORRES:449418 20959

Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959  
Dados: 2026.05.26 06:21:31 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
CPF - 449.418.209-59  
CONTADOR - CRC/SC 12987/D-9



Repete-se nas notas explicativas dos anos apresentados:

**Exit Comunicação Estratégica Ltda**

Rua Xavantes, 54 Sala 02 Mezanino CRH 3| Afogados | Fone : (47) 3025-1300  
 BR/RS-911 | JUIZ DE PAZ - SU  
 CNPJ: 05.511.824/0001-70 | Insc. Municipal: 762.13

SÓCIOS	QUOTAS	VALOR	PARTICIPAÇÃO
ROSITA BOEING MACHADO LOPES	376.000	376.000,00	47,00%
SAMANTA PADOIN TASSOTTI	376.000	376.000,00	47,00%
FELIPE GROSSL	40.000	40.000,00	5,00%
SAMANTA TAVARES	8.000	8.000,00	1,00%
<b>TOTAL</b>	<b>800.000</b>	<b>800.000,00</b>	<b>100,00%</b>

**NOTA 14 - COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA**

São assim demonstrados, em 31 de dezembro:

CONTAS	2024	2023
<b>RECEITA BRUTA</b>		
Serviços Prestados	8.435.978,71	5.487.924,40
<b>DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA</b>		
ISS a/Faturamento	(421.487,29)	(274.396,29)
PIS - Receita Operacional	(54.833,87)	(35.671,50)
COFINS - Receita Operacional	(253.079,37)	(164.637,75)
<b>TOTAL DA RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>7.706.678,18</b>	<b>6.013.218,86</b>

**NOTA 15 - EVENTOS SUBSEQUENTES**

Os administradores declaram a inexistência de fatos ocorridos subsequentemente à data de encerramento do exercício que venham a ter efeito relevante sobre a situação patrimonial ou financeira da empresa ou que possam provocar efeitos sobre seus resultados futuros.

Jaraguá do Sul, 31 de dezembro de 2024.

ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
 Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
 LOPE53726269978  
 Dado: 2025.05.26 09:07:00 -03'00'

ROSITA BOEING MACHADO LOPES  
 CPF - 537.262.699-78  
 SÓCIO ADMINISTRADOR



IVAN PILON TORRES  
 Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES  
 TORRES44941820959  
 Dado: 2025.05.26 09:08:57 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
 CPF - 449.418.209-59  
 CONTADOR - CRC/SC 1298710-9



**Exit Comunicação Estratégica Ltda**

Rua Xavantes, 54 Sala 02 Mezanino CRH 3| Atiradores | Fone : (47) 3028-1300  
89203-900 | JOINVILLE – SC  
CNPJ: 05.511.924/0001-76 | Insc. Municipal: 76213

CONTAS	2025	2024
Capital Social	800.000,00	800.000,00
Lucros Acumulados	371.181,89	760.295,97
<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.171.181,89</b>	<b>1.560.295,97</b>

**NOTA 14 - COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA**

São assim demonstrados, em 31 de dezembro:

CONTAS	2025	2024
<b>RECEITA BRUTA</b>		
Serviços Prestados	8.738.239,77	8.435.978,71
<b>DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA</b>		
ISS s/Faturamento	(436.912,30)	(421.487,29)
PIS - Receita Operacional	(56.779,94)	(54.883,87)
COFINS - Receita Operacional	(282.051,32)	(253.079,37)
<b>TOTAL DA RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>7.982.485,21</b>	<b>7.706.578,18</b>

**NOTA 15 - EVENTOS SUBSEQUENTES**

Os administradores declaram a inexistência de fatos ocorridos subsequentemente à data de encerramento do exercício que venham a ter efeito relevante sobre a situação patrimonial ou financeira da empresa ou que possam provocar efeitos sobre seus resultados futuros.

Jaraguá do Sul, 31 de dezembro de 2025.

ROSITA BOEING MACHADO  
LOPES:537262609  
78  
Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978  
Dados: 2026.05.26 06:25:39 -03'00'



IVAN PILON TORRES:449  
41820959  
Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959  
Dados: 2026.05.26 06:23:12 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
CPF - 449.418.209-59  
CONTADOR - CRC/SC 129970-9

O mesmo ocorre com o demonstrativo dos Índices da Estrutura Financeira findo em 31 de dezembro de 2025, também assinado somente por Rosita Boeing Machado Lopes no campo societário, além do contador.

**Exit Comunicação Estratégica Ltda**

Rua Xavantes, 54 Sala 02 Mezanino CRH 3| Atiradores | Fone : (47) 3028-1300  
89203-900 | JOINVILLE – SC  
CNPJ: 05.511.924/0001-76 | Insc. Municipal: 76213

**ÍNDICES DA ESTRUTURA FINANCEIRA  
Finda em 31 DE DEZEMBRO DE 2025**

<b>Liquidez Geral</b>	Ativo Circulante	1.499.618,87	
	Ativo Realizável a Longo	-	
	Passivo Circulante	354.664,41	<b>4,23</b>
	Passivo Não Circulante	-	
<b>Liquidez Corrente</b>	Ativo Circulante	1.499.618,87	<b>4,23</b>
	Passivo Circulante	354.664,41	
<b>Solvência Geral</b>	Ativo Total	1.525.846,10	
	Passivo Circulante	354.664,41	<b>4,30</b>
	Passivo Não Circulante	-	

ROSITA BOEING MACHADO  
LOPES:5372626097  
8  
Assinado de forma digital por ROSITA BOEING MACHADO LOPES:53726260978  
Dados: 2026.05.21 15:37:12 -03'00'



IVAN PILON TORRES:449  
41820959  
Assinado de forma digital por IVAN PILON TORRES:44941820959  
Dados: 2026.05.21 15:36:05 -03'00'

IVAN PILON TORRES  
CPF - 449.418.209-59  
CONTADOR - CRC/SC 129970-9



A irregularidade, portanto, não é pontual. É reiterada e estrutural. Os documentos econômico-financeiros utilizados para comprovar a habilitação da Exit foram apresentados sem observância da forma de representação societária definida no contrato social. Não há assinatura conjunta das diretoras e não há procuração com poderes específicos que autorize a assinatura isolada.

O fundamento jurídico dessa conclusão decorre do próprio regime das sociedades limitadas previsto no Código Civil. A sociedade empresária atua por seus administradores, nos limites e na forma estabelecidos no contrato social.

Os atos de representação não se presumem em desconformidade com o ato constitutivo. Ao contrário, o contrato social registrado define quem administra, como administra e de que modo a sociedade se obriga perante terceiros.

Além disso, o Código Civil impõe ao empresário e à sociedade empresária a manutenção de escrituração contábil regular e a elaboração das demonstrações correspondentes, o que reforça a natureza jurídica e probatória dos documentos apresentados na habilitação.

Não se trata de papéis meramente internos ou informativos, mas de documentos destinados a comprovar a situação econômico-financeira da licitante perante a Administração.

Em licitação pública, essa exigência se conecta diretamente ao princípio da legalidade. A Comissão somente pode considerar válidos documentos de habilitação que atendam simultaneamente ao edital, à legislação aplicável e ao ato constitutivo da própria licitante. Aceitar demonstrações e índices assinados por pessoa que, isoladamente, não representa a sociedade segundo o contrato social, equivaleria a substituir a vontade societária formalmente registrada por uma presunção administrativa sem base legal.

Se a cláusula 13ª exige que as diretoras assinem sempre em conjunto ou por procurador com poderes específicos, a assinatura isolada de Rosita Boeing Machado Lopes não basta para que os documentos sejam considerados validamente apresentados pela pessoa jurídica.

A falha compromete diretamente a qualificação econômico-financeira, pois os documentos contábeis e os demonstrativos de índices são justamente os instrumentos pelos quais a licitante busca provar sua aptidão patrimonial, liquidez, solvência e capacidade financeira para contratar. Se esses documentos não foram validamente subscritos pela representação societária exigida, a condição de habilitação não foi regularmente comprovada.

Também não se trata de formalismo excessivo. A forma de representação da sociedade é requisito de validade do ato praticado em nome da pessoa jurídica. Se o contrato social exige assinatura conjunta, a Administração não pode aceitar assinatura isolada como se conjunta fosse.

A ausência da segunda assinatura ou de procuração específica impede que se reconheça, com segurança jurídica, que a sociedade efetivamente assumiu e validou aqueles documentos para fins de habilitação.



A aceitação desse conjunto documental violaria a legalidade, a vinculação ao instrumento convocatório, o julgamento objetivo e a isonomia, pois permitiria à Exit comprovar sua qualificação econômico-financeira com documentos que não observam a forma de representação imposta pelo seu próprio ato constitutivo, enquanto as demais licitantes permaneceram sujeitas à apresentação de documentação válida, completa e formalmente regular.

Dessa forma, constatado que os documentos contábeis e os demonstrativos de índices financeiros da Exit, relativos aos exercícios de 2024 e 2025, foram assinados isoladamente por Rosita Boeing Machado Lopes, sem assinatura conjunta da outra diretora e sem procuração com poderes específicos, impõe-se o reconhecimento da irregularidade habilitatória da Exit Comunicação Estratégica Ltda., com sua consequente inabilitação por ausência de comprovação regular da qualificação econômico-financeira exigida no edital.

#### **3.1.4.2. Da insuficiência da documentação contábil apresentada pela Supernova e da não comprovação integral das demonstrações contábeis exigidas no item 10.2, alínea j, do edital**

A habilitação da Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. deve ser revista, pois a documentação apresentada para comprovação da qualificação econômico-financeira não atende, de forma integral, ao item 10.2, alínea j, do edital.

O edital foi objetivo ao exigir Balanço patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 dois últimos exercícios sociais.

A redação não autoriza a leitura restritiva adotada na prática pela Supernova. O item 10.2, alínea j, não exigiu apenas Balanço Patrimonial e DRE. Exigiu, expressamente, Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais.

A expressão demais demonstrações contábeis tem conteúdo jurídico próprio e não pode ser esvaziada pela licitante nem pela Comissão. Se o edital pretendesse limitar a exigência ao Balanço Patrimonial e à DRE, teria encerrado o comando nesses dois documentos. Mas não o fez. Acrescentou, de modo expresso, as demais demonstrações contábeis, justamente porque a qualificação econômico-financeira deve ser aferida a partir de um conjunto contábil minimamente completo, e não por peças isoladas escolhidas pela própria interessada.

A exigência editalícia, ademais, não surgiu sem base legal. Ela reproduz o conteúdo do art. 69, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, segundo o qual a habilitação econômico-financeira poderá ser comprovada mediante Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais.

O edital, portanto, não criou fórmula vazia nem expressão meramente ornamental. Incorporou comando legal que deve ser interpretado segundo o seu sentido normativo integral.



A legalidade, aqui, atua em dupla direção. De um lado, autoriza a Administração a exigir esse conjunto documental para aferir a aptidão econômico-financeira da licitante. De outro, impede a Comissão de aceitar documentação inferior àquela que o próprio edital, em conformidade com a lei, expressamente exigiu.

Se a Lei nº 14.133/2021 fala em demais demonstrações contábeis e o edital repetiu essa exigência, a licitante não pode cumprir apenas parte do comando e ser considerada habilitada como se tivesse atendido ao todo.

Também o Código Civil reforça a natureza jurídica da documentação contábil. O art. 1.179 impõe ao empresário e à sociedade empresária o dever de seguir sistema de contabilidade, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e de levantar anualmente o Balanço Patrimonial e o Balanço de Resultado Econômico.

O art. 1.180, do mesmo diploma, por sua vez, trata do Livro Diário como livro obrigatório, no qual devem ser lançadas, com individuação, clareza e caracterização do documento respectivo, as operações relativas ao exercício da empresa.

No caso das empresas que adotam o SPED, o próprio edital foi ainda mais específico. O item 10.2, alínea j.5, exigiu a apresentação de Balanços Patrimoniais e demonstrações contábeis extraídos do próprio sistema digital, acompanhados dos termos de autenticação ou recibos de entrega da Escrituração Contábil Digital, conforme o Decreto Federal nº 8.683/2016. Já o item 10.2, alínea j.5.1, vinculou essa exigência ao limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da ECD ao SPED, conforme o § 4º do art. 16 da Instrução Normativa SEGES/MP nº 3/2018.

Esse regime legal e editalício demonstra que a contabilidade empresarial não se resume a dois demonstrativos destacados. A escrituração contábil é um sistema documental, e as demonstrações contábeis compõem o conjunto que permite examinar, com segurança, a situação patrimonial, econômica e financeira da sociedade.

Daí porque o recibo de entrega da ECD não substitui as demonstrações contábeis exigidas. Ele apenas comprova a transmissão da escrituração digital. O edital exigiu mais: exigiu Balanços Patrimoniais e demonstrações contábeis extraídos do próprio sistema digital, razão pela qual a apresentação parcial do bloco contábil não satisfaz o item 10.2, alínea j, nem suas regras complementares.

Por isso, quando o edital exige demais demonstrações contábeis, não se está diante de expressão descartável, mas de requisito legalmente aderente à finalidade da habilitação.

No mesmo sentido, a Lei nº 6.404/1976, ao disciplinar as demonstrações financeiras, evidencia a compreensão técnica do que se entende por conjunto demonstrativo contábil, contemplando não apenas Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício, mas também outras demonstrações, como a Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados, a Demonstração dos Fluxos de Caixa e, quando aplicável, demais peças e notas explicativas necessárias à compreensão da situação patrimonial e do resultado do exercício.



Ainda que se considerem as particularidades do tipo societário da licitante, a referência legal confirma que demais demonstrações contábeis não é sinônimo de nada, nem pode ser absorvida automaticamente pelo Balanço e pela DRE.

No caso concreto, contudo, a Supernova apresentou, tanto para 2024 quanto para 2025, apenas Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, recibo de entrega de escrituração contábil digital e cálculo dos índices. Não apresentou as demais demonstrações contábeis exigidas pelo item 10.2, alínea j, do edital.

A deficiência é objetiva. O recibo de entrega da Escrituração Contábil Digital não substitui as demonstrações contábeis exigidas pelo edital, nem supre a ausência dos termos de abertura e encerramento do Livro Diário, igualmente não apresentados pela Supernova. O recibo comprova a transmissão da escrituração ao ambiente digital competente, mas não equivale à apresentação, no processo licitatório, do conjunto documental necessário à verificação da regularidade contábil, da identificação do livro, do período escriturado e das demonstrações que deveriam instruir a habilitação.

Em outras palavras, o recibo informa que algo foi transmitido. Não entrega à Comissão e às demais licitantes o conteúdo das demais demonstrações contábeis exigidas, nem os elementos formais de abertura e encerramento que delimitam e individualizam o Livro Diário. A Supernova, portanto, não apresentou o bloco contábil completo exigido pelo item 10.2, alínea j, do edital e por suas regras complementares.

Também o cálculo dos índices não supre a ausência das demais demonstrações contábeis. Os índices são resultado de cálculos extraídos de dados contábeis, mas não substituem as demonstrações que dão suporte ao exame econômico-financeiro. Aceitar o cálculo dos índices como sucedâneo das demonstrações ausentes seria inverter a lógica da habilitação, transformando um produto derivado da contabilidade em substituto da própria documentação contábil exigida.

A fase habilitatória não se satisfaz com aparência de suficiência. O que se exige é aderência estrita entre o conteúdo documental produzido pela licitante e o conteúdo normativo previamente estabelecido no edital.

Se o edital exigiu Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, a conclusão administrativa de regularidade somente se legitima quando esse conjunto estiver documentalmente apresentado de forma expressa, segura e verificável.

Não cabe presumir que as demais demonstrações existam porque houve entrega de escrituração digital. Não cabe presumir que sejam desnecessárias porque a licitante apresentou Balanço e DRE. Não cabe presumir que o cálculo de índices baste para substituir documentos contábeis expressamente exigidos. Em habilitação, a licitante deve comprovar o preenchimento do requisito, não apenas sugerir que ele poderia ser comprovado por outros meios ou extraído de outro sistema.

O ônus da prova é da própria licitante que pretende habilitar-se. Cabia à Supernova apresentar, no momento próprio, todos os documentos exigidos pelo item 10.2, alínea j.



Se a Administração exigiu demais demonstrações contábeis, competia à licitante juntá-las, ou demonstrar objetivamente, com base legal e contábil, sua inaplicabilidade ao caso concreto. O que não se admite é a simples omissão do conjunto documental e a posterior presunção de suficiência pela Comissão.

Essa incompletude não é questão lateral. A qualificação econômico-financeira tem função de proteção da Administração, do contrato e do interesse público, pois busca verificar se a licitante possui capacidade patrimonial e estabilidade econômico-financeira para assumir as obrigações decorrentes da contratação. Tal finalidade fica comprometida quando a documentação contábil é apresentada de forma parcial, limitada aos demonstrativos que a própria licitante escolheu juntar.

A aceitação da documentação da Supernova, tal como apresentada, reduziria indevidamente o alcance do item 10.2, alínea j, do edital, em violação direta ao princípio da legalidade.

A Administração não pode exigir, no edital, Balanço Patrimonial, DRE e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, para depois habilitar licitante que apresentou apenas Balanço, DRE, recibo de ECD e índices. Isso equivaleria a dispensar, no julgamento, parte de uma exigência que a própria Administração estabeleceu com fundamento no art. 69, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.

A consequência, portanto, não pode ser a convalidação por benevolência interpretativa. A Comissão deve aplicar o edital como ele foi escrito. A ausência das demais demonstrações contábeis impede conclusão segura quanto ao atendimento integral da qualificação econômico-financeira. Em licitação, a ausência de prova suficiente do requisito equivale ao não atendimento do próprio requisito.

Dessa forma, deve ser reconhecido que a Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda. não comprovou regularmente sua qualificação econômico-financeira, pois, nos exercícios de 2024 e 2025, apresentou apenas Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, recibo de entrega da Escrituração Contábil Digital e cálculo dos índices, deixando de apresentar as demais demonstrações contábeis exigidas pelo item 10.2, alínea j, do edital, em consonância com o art. 69, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.

Impõe-se, por consequência, a reforma da decisão que a declarou habilitada, com sua inabilitação por ausência de comprovação integral da qualificação econômico-financeira.

#### **4. DA NECESSÁRIA APLICAÇÃO UNIFORME DA LEGALIDADE, DA VINCULAÇÃO AO EDITAL, DA ISONOMIA E DO JULGAMENTO OBJETIVO**

Os vícios demonstrados nos tópicos anteriores não podem ser tratados como divergências interpretativas, preferências técnicas da Recorrente ou inconformismo subjetivo com o resultado do certame.

Todos eles se projetam sobre regras objetivas do edital, dos esclarecimentos oficiais, dos anexos e da legislação de regência, razão pela qual a solução jurídica não pode depender



de conveniência administrativa, tolerância seletiva ou releitura posterior das condições da disputa.

A Concorrência nº 023/2026 é regida pela Lei nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei nº 14.133/2021, além do próprio instrumento convocatório. Nesse regime, a Administração não dispõe de liberdade para afastar, flexibilizar ou relativizar requisitos que ela mesma estabeleceu como condição de validade das propostas e da habilitação. O edital, uma vez publicado, vincula a Administração, a Comissão, a Subcomissão Técnica e todas as licitantes.

O art. 5º da Lei nº 14.133/2021 consagra expressamente, entre outros, os princípios da legalidade, da impessoalidade, da igualdade, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da competitividade, da razoabilidade e da proporcionalidade. Esses princípios não são fórmulas abstratas.

São comandos operativos que incidem diretamente sobre o caso concreto e impedem que uma licitante seja preservada no certame apesar de descumprir exigências que foram aplicadas criteriosamente contra outras concorrentes.

Também o art. 11 da Lei nº 14.133/2021 estabelece que o processo licitatório deve assegurar a seleção da proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração, bem como garantir tratamento isonômico entre os licitantes e justa competição.

Não há justa competição quando uma licitante apresenta mais peças do que o edital permitia, quando deixa de refletir na planilha custos de elementos efetivamente previstos, quando se vale de solução de mídia não aderente às tabelas oficiais, quando preenche campo obrigatório por critério diverso daquele esclarecido pela Administração, ou quando comprova habilitação por documentação incompleta ou formalmente inválida.

A vinculação ao edital impede que a Administração transforme exigências objetivas em recomendações facultativas. O limite de seis peças na Ideia Criativa, previsto no item 8.2.3, deve valer indistintamente para todas as licitantes.

A limitação de cinco peças por relato de solução de problema de comunicação, fixada no item 8.5, impede que uma concorrente apresente nove peças mediante agrupamento artificial de materiais autônomos.

A exigência do item 8.6, alínea g, quanto à utilização dos valores reais das tabelas oficiais de preços dos veículos, afasta a possibilidade de admissão de projeto especial não tabelado.

A mesma lógica se aplica ao item 8.6, alíneas b e e, que exige correspondência integral entre a campanha efetivamente proposta e a respectiva composição econômica, inclusive quanto aos custos internos, custos de terceiros, honorários e observância da verba referencial.

A licitante não pode apresentar slogan, envelopes personalizados, vídeos, folders ou quaisquer outras peças com determinada conformação técnica e, ao mesmo tempo, omitir ou subdimensionar os custos necessários à execução daquilo que ela mesma propôs. Admitir essa dissociação equivaleria a permitir que uma concorrente apresentasse campanha mais



robusta no plano técnico e campanha artificialmente reduzida no plano econômico, com quebra da comparabilidade, da isonomia e do julgamento objetivo.

O Esclarecimento 32, ao definir que a coluna Quantidade, volume ou peças deveria refletir o volume de artes criadas, veda o preenchimento baseado em tiragem, volume de distribuição ou quantidade física de materiais.

Do mesmo modo, o item 10.2, alínea j, ao exigir Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, não autoriza que a Administração considere suficiente a apresentação apenas parcial do bloco contábil.

O julgamento objetivo, por sua vez, exige que o confronto se dê entre o que o edital pediu e o que cada licitante apresentou. Não autoriza presunções benevolentes, correções interpretativas posteriores, complementações lógicas ou reconstruções favoráveis do conteúdo documental.

A proposta e a habilitação devem ser julgadas tal como apresentadas, dentro dos limites do edital e dos esclarecimentos que passaram a integrar o regime jurídico do certame.

A isonomia também impõe resultado único. A Administração não pode ser rigorosa com umas licitantes e indulgente com outras.

A própria Comissão Especial já reconheceu, em atos anteriores do procedimento, que exigências formais e materiais relativas ao Plano de Comunicação Publicitária, à forma de apresentação dos documentos, à estrutura da tabela e ao atendimento dos itens do edital eram condições objetivas de admissibilidade.

Desclassificações foram promovidas exatamente por descumprimento de regras de apresentação, formatação, identificação, estrutura e preenchimento. Esse padrão decisório, correto e legal, não pode ser abandonado no momento em que os vícios recaem sobre licitantes que ocupam posições relevantes na classificação final.

É precisamente por reconhecer a correção do trabalho até aqui desenvolvido pela Comissão Especial que a Recorrente formula a presente insurgência nesses termos.

A Comissão, ao longo do procedimento, demonstrou compreensão rigorosa da natureza vinculante do edital, examinou com cuidado as exigências formais e materiais do Plano de Comunicação Publicitária e promoveu desclassificações quando identificou desconformidades objetivas, ainda que aparentemente situadas em aspectos de apresentação, formatação, identificação, estrutura ou preenchimento. Esse comportamento não merece censura.

Ao contrário, revela atuação compatível com a legalidade, com o julgamento objetivo e com a proteção da isonomia entre as licitantes. O que ora se roga é apenas a continuidade lógica desse mesmo padrão decisório, pois a força normativa do edital não se exaure nos vícios já reconhecidos, nem se enfraquece diante da posição classificatória das licitantes remanescentes.



Se a Comissão corretamente tratou exigências editalícias como condições objetivas de admissibilidade em momentos anteriores, deve agora aplicar a mesma régua jurídica às desconformidades demonstradas neste recurso, sob pena de transformar um rigor antes legítimo em seletividade posterior incompatível com a coerência administrativa e com a segurança jurídica do certame.

É aqui que se revela o ponto central deste recurso. Não se pede tratamento excepcional em favor da Engenharia. Pede-se apenas que a legalidade seja aplicada com a mesma força, a mesma coerência e o mesmo rigor objetivo que já orientaram o certame.

A Administração se autovinculou ao edital e aos critérios que aplicou no curso do procedimento. A coerência decisória não é mera conveniência. É desdobramento da legalidade, da segurança jurídica, da proteção da confiança e da impessoalidade administrativa.

Não há formalismo excessivo quando a exigência descumprida é objetiva, conhecida por todos e diretamente relacionada à comparabilidade das propostas, à limitação de conteúdo criativo, à composição econômica da campanha, à regularidade da proposta de preços ou à comprovação da habilitação. Formalismo excessivo seria eliminar proposta por vício irrelevante e sem repercussão. Não é o caso.

Aqui, os vícios alteram a igualdade competitiva, ampliam indevidamente o conteúdo apresentado por determinadas licitantes, impedem a conferência segura dos custos, fragilizam a prova documental e comprometem a própria regularidade da classificação e da habilitação.

A Lei nº 14.133/2021 reforça essa conclusão quando disciplina a desclassificação das propostas que não observem as exigências do edital, especialmente quando houver desconformidade com especificações técnicas ou vícios insanáveis, na forma do art. 59. No mesmo sentido, os arts. 62 a 70 disciplinam a habilitação como etapa destinada à aferição objetiva da capacidade jurídica, técnica, fiscal, social, trabalhista e econômico-financeira das licitantes, não havendo espaço para habilitação fundada em presunção de suficiência documental.

Em matéria de qualificação econômico-financeira, o art. 69, inciso I, da Lei nº 14.133/2021 autoriza a exigência de Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, exatamente como previsto no item 10.2, alínea j, do edital.

A expressão demais demonstrações contábeis possui conteúdo legal, técnico e normativo. Não pode ser ignorada pela licitante nem esvaziada pela Comissão. Do mesmo modo, o Código Civil, especialmente nos arts. 1.179 e 1.180, estrutura a escrituração contábil empresarial como sistema documental regular, e não como seleção fragmentária de peças isoladas.

Também a representação societária não é detalhe secundário. A pessoa jurídica se manifesta por seus representantes legais, na forma do seu ato constitutivo. Se o contrato social de uma licitante determina assinatura sempre em conjunto ou por procurador com poderes



específicos, documentos contábeis assinados isoladamente por uma sócia, sem procuração específica e sem a assinatura conjunta exigida, não podem ser tratados como validamente subscritos pela sociedade.

A legalidade impede que a Administração presuma poderes que o próprio contrato social não confere isoladamente.

Essa mesma lógica se aplica aos esclarecimentos prestados durante o procedimento. As respostas oficiais da Administração aderem ao edital e vinculam todos os participantes, pois esclarecem o conteúdo da regra de disputa antes da apresentação das propostas. Admitir, no julgamento, conduta contrária a esclarecimento objetivo equivaleria a alterar o edital depois da competição, com prejuízo direto à segurança jurídica e à isonomia.

Portanto, os vícios apontados não podem ser neutralizados por argumentos de aproveitamento do certame, preferência pela continuidade do procedimento ou suposta ausência de prejuízo.

O prejuízo está na própria quebra da regra comum. Em licitação, quando uma licitante cumpre o edital e outra o descumpre, a manutenção da segunda já constitui ofensa à igualdade competitiva e o dano não precisa ser procurado fora do procedimento. Ele está no desequilíbrio criado pela aceitação de proposta ou habilitação desconforme.

A Administração deve decidir este recurso a partir de uma premissa simples e incontornável. A legalidade não é flexível conforme a posição classificatória da licitante. O edital não é obrigatório apenas para quem foi desclassificado na Ata da 2ª Sessão.

As exigências do certame não podem ser rigorosas para alguns e apenas indicativas para outros. A regra objetiva que serviu para excluir licitantes anteriormente deve servir, com a mesma intensidade, para reconhecer as desconformidades agora demonstradas.

Por isso, a reforma do resultado proclamado não constitui opção discricionária, mas consequência necessária da aplicação fiel do edital, da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021.

A preservação de propostas e habilitações desconformes, apesar dos vícios objetivos demonstrados, representaria violação direta à legalidade, à vinculação ao instrumento convocatório, à isonomia, ao julgamento objetivo, à segurança jurídica e à coerência administrativa.

Diante desse quadro, impõe-se o provimento do presente recurso, para que sejam reconhecidas as irregularidades apontadas, desclassificadas as propostas técnicas e de preços que não satisfizeram as exigências do edital e inabilitadas as licitantes que não comprovaram regularmente as condições exigidas para contratação, com a consequente readequação do resultado da Concorrência nº 023/2026.

## 5. DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer-se o conhecimento e o provimento integral do presente Recurso Administrativo, para que a Comissão Especial de Licitação reconheça as



desconformidades objetivas demonstradas e reforme o resultado proclamado na Concorrência nº 023/2026.

Quanto à licitante **Exit Comunicação Estratégica Ltda.**, requer-se sua desclassificação no Lote 1, em razão da extrapolação do limite de peças na Ideia Criativa, da omissão de peças e custos na tabela do Anexo Único, inclusive quanto aos custos internos, ao fornecimento e impressão dos 15.000 envelopes e à criação do slogan, bem como da consequente extrapolação da verba referencial, cujo valor mínimo corrigido alcança R\$ 621.559,75.

Requer-se, ainda, sua desclassificação pela extrapolação do limite de peças no Relato 3 do Envelope nº 3.

Requer-se, ainda, sua inabilitação, diante da ausência de comprovação regular da qualificação econômico-financeira, em razão da assinatura isolada de documentos contábeis em desconformidade com a forma de representação societária prevista em seu contrato social.

Quanto à licitante **Supernova Consultoria Empresarial e Publicidade Ltda.**, requer-se sua desclassificação no Lote 1, em razão da omissão do custo interno do slogan, do subdimensionamento da peça de mídia programática, precificada como banner web embora descrita como vídeo vertical de 30 segundos, da consequente extrapolação da verba referencial quando recomposta a proposta com os custos mínimos omitidos e do preenchimento incorreto da coluna Quantidade, volume ou peças, em afronta ao esclarecimento vinculante prestado pela Administração.

Requer-se, também, sua desclassificação no Lote 4, em razão da omissão do custo interno do slogan, do subdimensionamento do folder, precificado como uma única página embora descrito como material com múltiplas faces ou páginas, da consequente extrapolação da verba referencial quando recomposta a proposta com os custos mínimos omitidos e do preenchimento incorreto da coluna Quantidade, volume ou peças, em afronta ao esclarecimento vinculante prestado pela Administração.

Requer-se, ainda, sua desclassificação no Lote 5, em razão do preenchimento incorreto da coluna Quantidade, volume ou peças, em afronta ao esclarecimento vinculante prestado pela Administração.

Requer-se, também, sua desclassificação nos Lotes 1, 4 e 5 pela desconformidade da proposta de preços quanto aos honorários previstos nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Requer-se, ainda, sua desclassificação em razão da insuficiência das declarações de clientes atuais apresentadas no Envelope nº 3, por descumprimento do item 8.3, alínea d, do edital e do Esclarecimento 01, Questionamento 2. Por fim, requer-se sua inabilitação pela não comprovação integral da qualificação econômico-financeira exigida no item 10.2, alínea j, do edital.

Quanto à licitante **Mágica Comunicação e Marketing Ltda.**, requer-se, inicialmente, a manutenção de sua inabilitação nos Lotes 1, 2, 3, 4 e 5, tal como já reconhecida pela Comissão Especial de Licitação na Ata da 4ª Sessão, em razão do não atendimento ao subitem 10.2, alíneas j, j.5 e k, do edital, relativamente à documentação econômico-financeira do exercício de 2024.



Sem prejuízo disso, requer-se sua desclassificação no Lote 4, em razão da apresentação de texto de legenda como peça adicional na Ideia Criativa, com extrapolação do limite editalício de peças e superação da verba referencial.

Requer-se, ainda, sua desclassificação no Lote 5 pela apresentação de texto de legenda como peça adicional na Ideia Criativa, igualmente com extrapolação do limite editalício de peças e superação da verba referencial, bem como pela utilização de outdoor com aplique, solução de mídia não aderente às tabelas oficiais de preços dos veículos de comunicação e incompatível com o item 8.6, alínea g, do edital.

Por fim, requer-se a consequente readequação da classificação final da Concorrência nº 023/2026, com a exclusão das propostas e habilitações desconformes, a retificação do resultado proclamado na Ata da 4ª Sessão e a prática dos atos subsequentes necessários à recomposição da legalidade, da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e da segurança jurídica do certame.

Nesses termos, espera deferimento.

Florianópolis, 10 de junho de 2026.

Assinado eletronicamente por:  
Luiz Ricardo Felix Jaques  
CPF: \*\*\*.616.010-\*\*  
Data: 10/06/2026 14:19:28 -03:00



**ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA**

Luiz Ricardo Felix Jaques

**SANDRO LUIZ RODRIGUES ARAUJO**  
Assinado de forma digital por SANDRO LUIZ RODRIGUES ARAUJO  
Dados: 2026.06.10 10:41:42 -03'00'  
Sandro L. Rodrigues Araújo  
OAB/SC 11.148

#### Documentos em anexo:

1. Para comprovação objetiva da desconformidade apontada na proposta da licitante Mágica Comunicação e Marketing Ltda., a Recorrente junta, como documentos anexos, as tabelas de preços da Fábrica do Outdoor, Criativa, Favretto, RT Outdoor e Clean, veículos de mídia exterior que comercializam peças em Joinville e região, demonstrando que em nenhuma delas consta preço tabelado para viabilização de outdoor com aplique nos moldes propostos pela referida licitante, confirmando que a solução apresentada não corresponde a item ordinário de mídia exterior tabelada, mas a projeto especial dependente de negociação específica, vedado pelo edital.



## ANEXOS AO RECURSO

Florianópolis, 05/06/2026

À Engenho de Ideias

At. Rachel

Fone : (51)3273-3100



Gráfica Continente Ltda.  
Rua General Liberato Bittencourt, 1692  
Estreito - CEP 88072-400  
Florianópolis - Santa Catarina  
CNPJ: 73.243.222/0001-09  
Insc. Estadual 252706331



Prezado cliente,  
Conforme solicitado, segue orçamento para a confecção do(s) serviço(s) conforme especificações abaixo:

Item(ns) solicitado(s) do orçamento : 071551.

**01) 15.000 Ofício Timbrado**

210x297mm, 4x0 cores em Off Set 75g.  
Refilo.

**Total: R\$ 3.000,00 Unit: 0,20 Pgto: 28 dias em boleto**

**02) 15.000 Envelo Ofício - Envelope timbrado**

11,4x22,9cm, 1x0 cor em Envelope Ofício 90 G 11,4x22,9.

**Total: R\$ 4.950,00 Unit: 0,33 Pgto: 28 dias em boleto**

Validade da proposta : 30 dias  
Vendedor : Roberto Max Livramento  
Orçamentista : Roberto

PREZADO CLIENTE!

CONFIRA SE A ARTE FORNECIDA OU APROVADA ESTÁ CORRETA.  
A GRÁFICA NÃO SE RESPONSABILIZA POR ERROS DE GRAFIA,  
DIAGRAMAÇÃO E/OU COR, APÓS APROVAÇÃO POR PARTE DO CLIENTE.  
O PRAZO DE ENTREGA DO SERVIÇO PASSA A CONTAR SOMENTE APÓS  
APROVAÇÃO DA "PROVA / ARTE FINAL".

Atenciosamente,

**Gráfica Continente Ltda**

Autorizo a confecção do(s) item(ns) acima assinalado(s),

**Engenho de Ideias**

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

# CAMPANHA OUT OF HOME

*com a Fábrica do Outdoor*

**Fábrica  
do  
outdoor**

**Fábrica  
do  
outdoor**

☎ 47 99703-1220  
@fabricadooutdoor



A gente ama  
**APARECER.**

Vem se  
**MOSTRAR!**

Outdoor &  
Front Light &  
Painel Rodoviário &  
Painel de LED &  
Produção em lona  
e cartaz



## Tabela de Valores / 2026

Praça:  
Joinville / SC

### Produtos:

- Outdoor convencional: R\$ 1.300,00
- Outdoor premium: R\$ 1.600,00
- Front Light: R\$ 3.000,00
- Led: R\$ 5.000,00
- Painel Rodoviário: R\$ 15.000,00



MR OUTDOOR  
E PAINEIS  
LTDA:4415583  
8000120

Assinado de forma digital por MR  
OUTDOOR E PAINEIS  
LTDA:44155838000120  
Dados: 2026.01.15 15:32:06 -03'00'

Fábrica  
do  
outdoor

Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse  
<https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>



**PREFEITURA DE JOINVILLE**  
**Campanha: MEIO AMBIENTE**

**PROPOSTA MÍDIA RODOVIÁRIA PR E SC**

**Favretto**  
MÍDIA EXTERIOR



**Sistema de Métrica**  
Everywhere Analytics e  
Info OOH.



Empresa completa: **mais de 2.000 faces**, mais de 10 plataformas com variado **mix de produtos** e grande cobertura.



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



Com **pontos estudados** e aprovados por uma equipe formada da Favretto!



**Visibilidade e impacto** são seus diferenciais!





## MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 30,00 x 6,00 m

Garuva - SC (1805) BR 101, km 02 Sul, 1 km após pedágio de Garuva, sentido Porto Alegre.

Latitude/Longitude:  
-26.000333, -48.877083

[MAPA](#)



IMPACTOS MENSAIS

**3.047.863**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (início em maio)**



INVESTIMENTO

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**

**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**

**Negociado Mensal:**

**R\$ 11.550,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 7.490,00**



Latitude/Longitude:  
-26.065694, -48.860667

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**3.346.413**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicio em maio)**



INVESTIMENTO

Veiculação

Tabela Mensal:

**R\$ 35.000,00**

Veiculação

Negociado Mensal:

**R\$ 10.000,00**

Produção (lona):

**R\$ 4.200,00**

**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m (ILUMINADO)**

**Garuva - SC (1859) BR 101, km 10 Sul, sentido Porto Alegre.**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/VNKC5-5AZER-5Y4BZ-X8UAM>

Latitude/Longitude:  
-26.1159518,-48.8779071

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**3.841.376**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicio em maio)**



INVESTIMENTO

Veiculação

Tabela Mensal:

**R\$ 87.000,00**

Veiculação

Negociado Mensal:

**R\$ 30.000,00**

Produção total  
(3 lonas):

**R\$ 12.600,00**

**SEQUENCIAL RODOVIÁRIO 03 FACES 20,00 x 5,00 m (cada) (ILUMINADOS)**

**Garuva – SC (1199) BR 101 , km 16 + 500 Sul, sentido Porto Alegre.**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Latitude/Longitude:  
-26.167396, -48.907905

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**6.841.867**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicio em maio)**



INVESTIMENTO

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**

**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**

**Negociado Mensal:**

**R\$ 10.000,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 4.200,00**

**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m (ILUMINADO)**

**Joinville - SC (1969) BR 101, km 23+300 Sul, sentido Porto Alegre.**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Latitude/Longitude:  
-26.192250, -48.912111

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**3.346.413**

(Fonte Infoch)



PERÍODO:

**12 meses (início em maio)**



INVESTIMENTO

Veiculação

Tabela Mensal:

**R\$ 35.000,00**

Veiculação

Negociado Mensal:

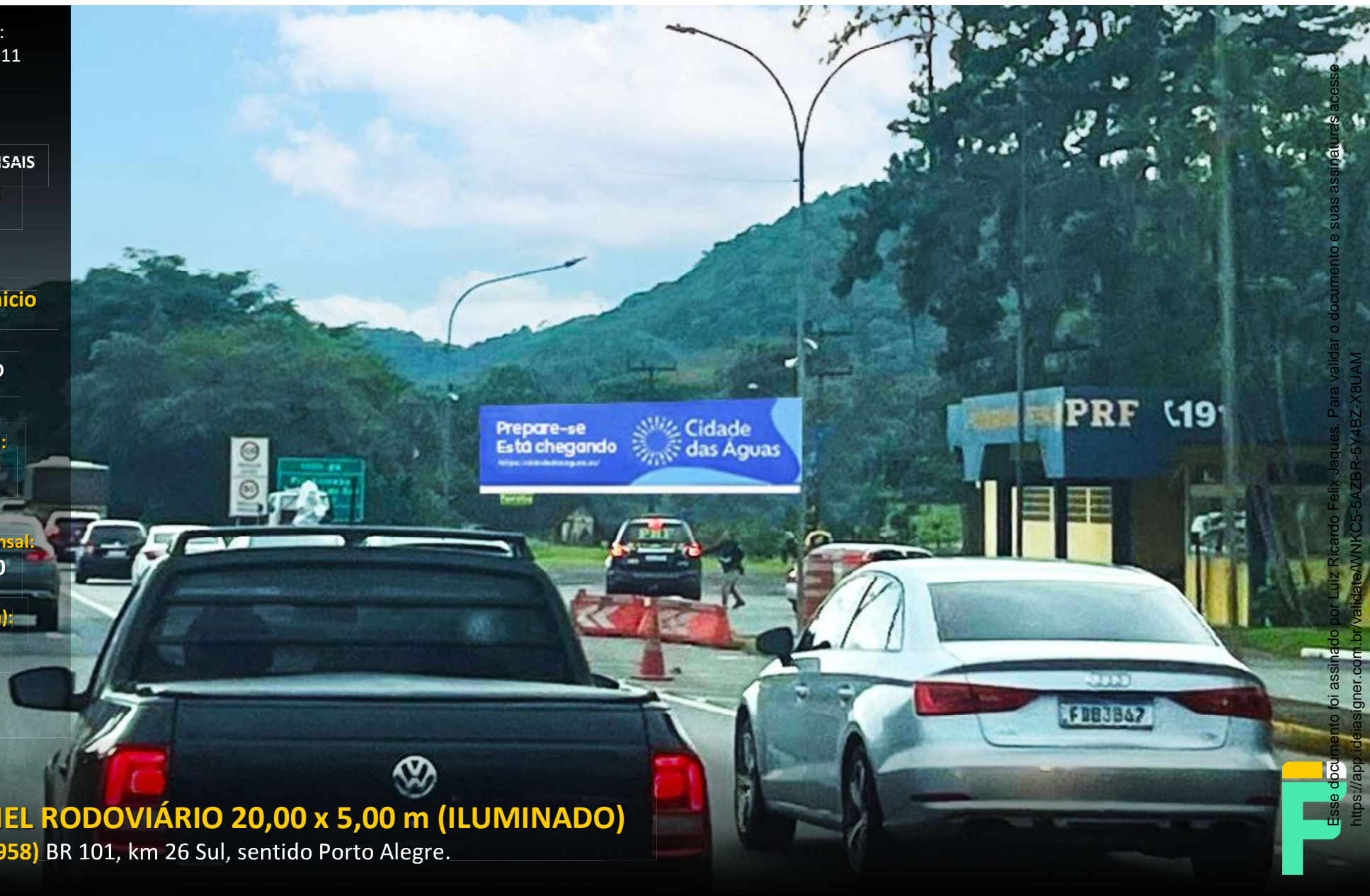
**R\$ 10.000,00**

Produção (lona):

**R\$ 4.200,00**

**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m (ILUMINADO)**

**Joinville - SC (1958) BR 101, km 26 Sul, sentido Porto Alegre.**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validar/WNK05-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Latitude/Longitude:  
-26.415184, -48.835689

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**4.278.885**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicio em maio)**



INVESTIMENTO

Veiculação

Tabela Mensal:

**R\$ 35.000,00**

Veiculação

Negociado Mensal:

**R\$ 10.000,00**

Produção (lona):

**R\$ 4.200,00**

➤ **A 3 KM DO TREVO DE ARAQUARI (SAÍDA PARA JARAGUÁ DO SUL E SÃO FRANCISCO DO SUL)**  
**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m (ILUMINADO)**  
Joinville - SC (2176) BR 101, km 54 Sul sentido Porto Alegre.



Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.idealesigner.com.br/validar/WWIK05-5AZBR-5Y4BZ-X8UAW>

Latitude/Longitude:  
-26.437583, -48.813444

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**4.275.912**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicio em maio)**



INVESTIMENTO

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**  
**R\$ 87.000,00**

**Veiculação**

**Negociado Mensal:**  
**R\$ 35.000,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 19.745,00**

**MEGA ESPECIAL RODOVIÁRIO 60,00 x 8,00 m | 480 M<sup>2</sup> (ILUMINADO)**

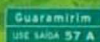
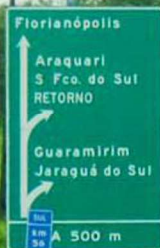
**Araquari – SC (1986) BR 101, km 57 Sul, sentido Porto Alegre.**

À 400 m do trevo de Araquari que dá acesso ao Porto de São Francisco do Sul e Jaraguá do Sul, além do litoral catarinense sentido Sul.

**MAIS QUE UMA  
ESCOLHA FINANCEIRA**



Favretto



Latitude/Longitude:  
-26.4733056,-48.7426389

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**4.138.278**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicio em maio)**



INVESTIMENTO

Veiculação

Tabela Mensal:

**R\$ 35.000,00**

Veiculação

Negociado Mensal:

**R\$ 10.000,00**

Produção (lona):

**R\$ 4.200,00**

**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m (ILUMINADO)**

**Araquari - SC (2060) BR 101 km 65+400 Norte sentido Curitiba.**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validade/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>



# LOGO APÓS TREVO DE ARAQUARI (SAÍDA DE S. FCO DO SUL E JARAGUÁ DO SUL)

## MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m

Joinville - SC (5065) BR 101 km 55+400 Norte sentido Curitiba.

Latitude/Longitude:  
-26.4311833,-48.8233045

[MAPA](#)



IMPACTOS MENSAIS

**4.098.452**

(Fonte Infooh)



PERÍODO:

**12 meses (inicia em maio)**



INVESTIMENTO

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**  
**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**

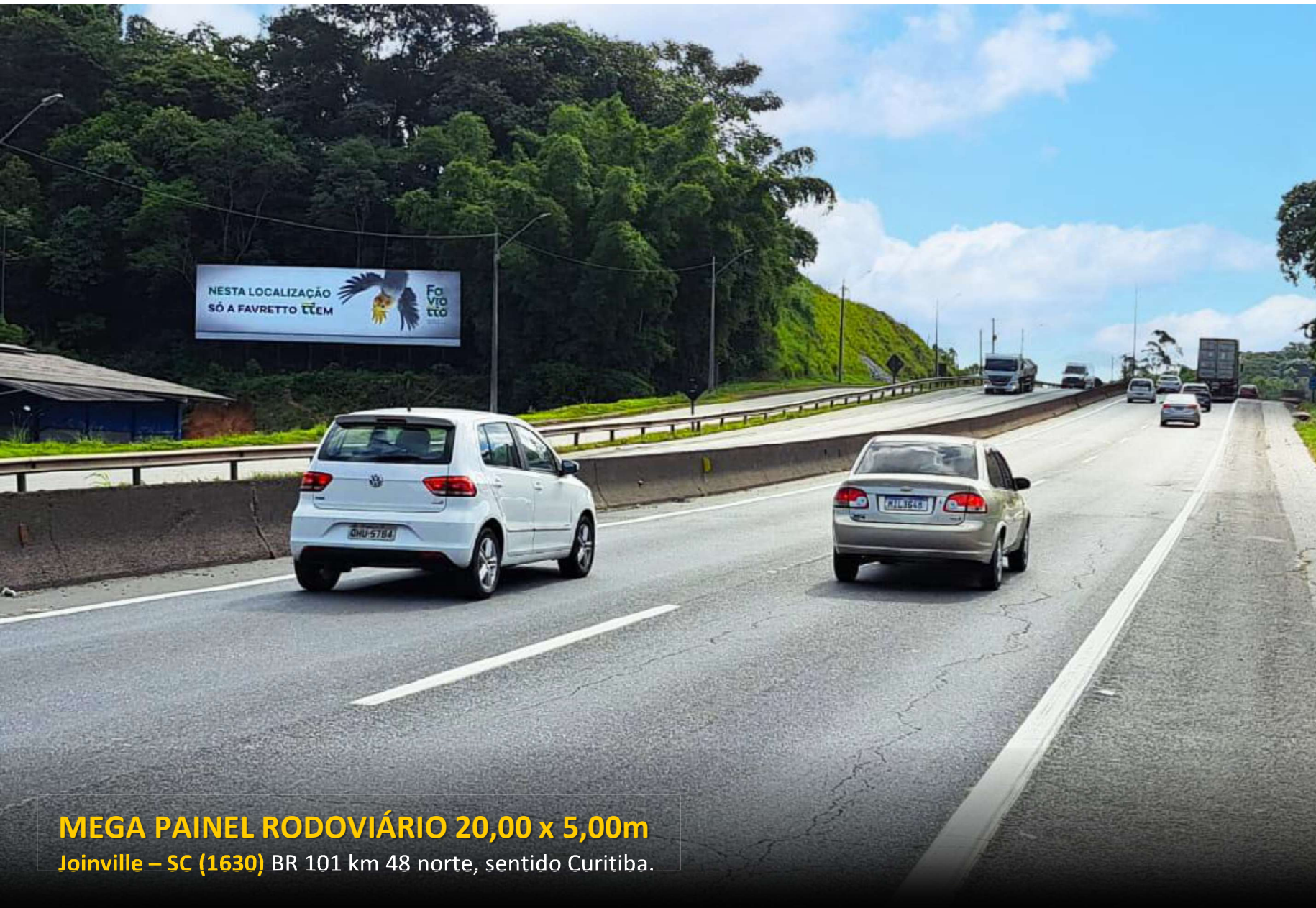
**Negociado Mensal:**  
**R\$ 10.000,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 4.300,00**



Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Félix Jacques. Para validar o documento acesse o aplicativo Veiasigner em: <https://app.veiasigner.com.br/validar/ww1K05-5AZBR-574BZX8UAW>



**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00m**  
Joinville – SC (1630) BR 101 km 48 norte, sentido Curitiba.

Latitude/Longitude:  
-26.375558, -48.855238

[MAPA](#)



**IMPACTOS MENSUAIS**  
**4.098.452**  
(Fonte Infooh)



**PERÍODO:**  
**12 meses (inicia em maio)**



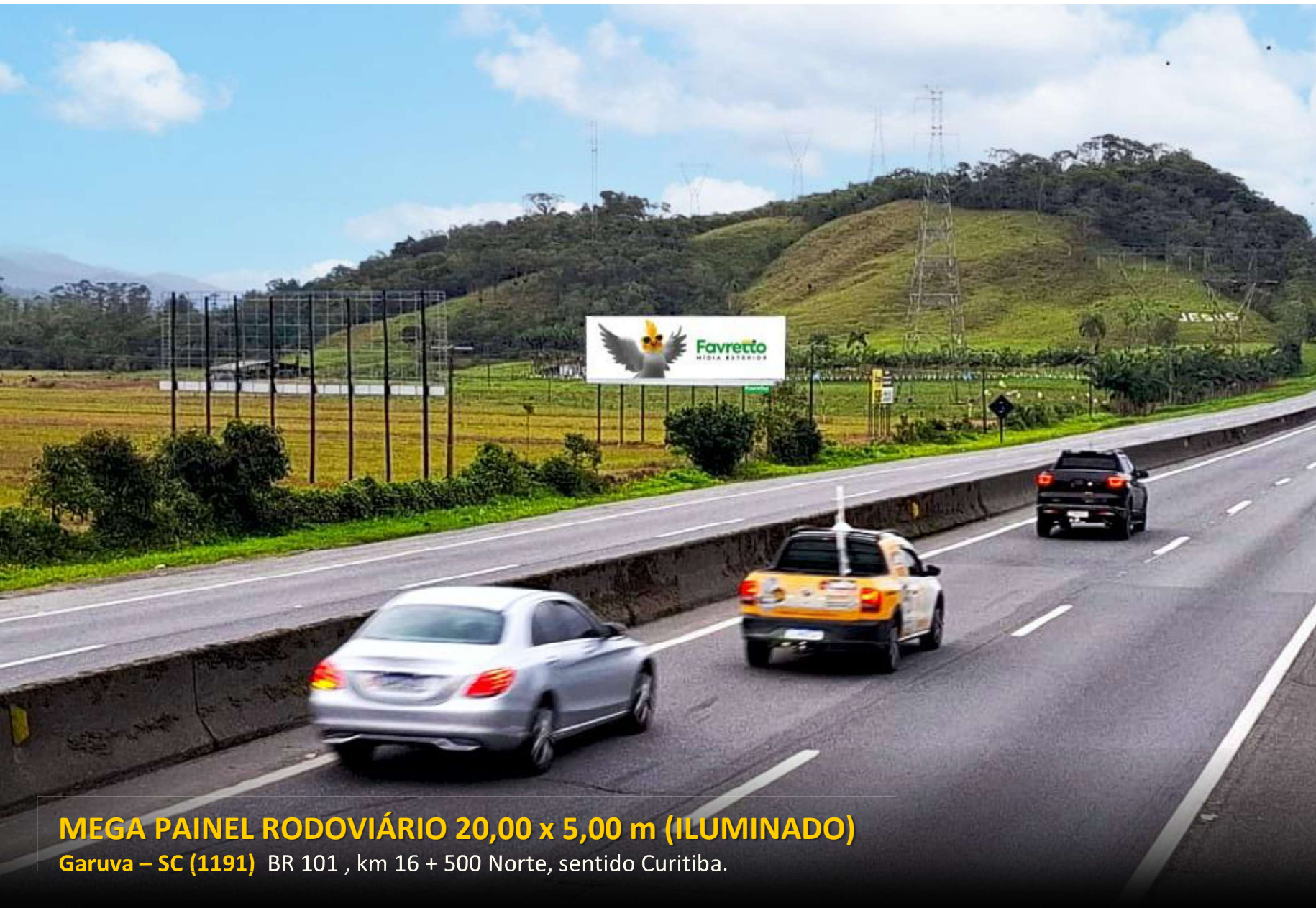
**INVESTIMENTO**  
**Veiculação**  
**Tabela Mensal:**  
**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**  
**Negociado Mensal:**  
**R\$ 10.000,00**

**Produção (lona):**  
**R\$ 4.200,00**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jacques. Para validar o documento e suas assinaturas, acesse o aplicativo Ideiasigner em: <https://app.ideiasigner.com.br/validade/WNk05-5AZBR-5Y4BZ-X8UAW>



## MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m (ILUMINADO)

Garuva – SC (1191) BR 101 , km 16 + 500 Norte, sentido Curitiba.

Latitude/Longitude:  
-26.1159518,-48.8779071

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**4.576.172**

(Fonte Infoch)



PERÍODO:

**12 meses (início em maio)**



INVESTIMENTO

Veiculação  
Tabela Mensal:  
**R\$ 35.000,00**

Veiculação  
Negociado Mensal:  
**R\$ 10.000,00**

Produção (Iona):  
**R\$ 4.200,00**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse: <https://app.ideiasigner.com.br/validar/WNKCS-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Latitude/Longitude:  
-26.4485352,-48.833846

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**6.997.018**

(Fonte Infoch)



PERÍODO:

**12 meses (início em maio)**



INVESTIMENTO

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**

**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**

**Negociado Mensal:**

**R\$ 10.000,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 4.200,00**

**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m**

**Araquari – SC (2000) BR 280 km 38 sentido Joinville**





Latitude/Longitude:  
-26.447950, -48.827932

[MAPA](#)



**IMPACTOS MENSAIS**

**3.938.047**

(Fonte Infooh)



**PERÍODO:**

**12 meses (início em maio)**



**INVESTIMENTO**

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**

**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**

**Negociado Mensal:**

**R\$ 10.000,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 4.200,00**

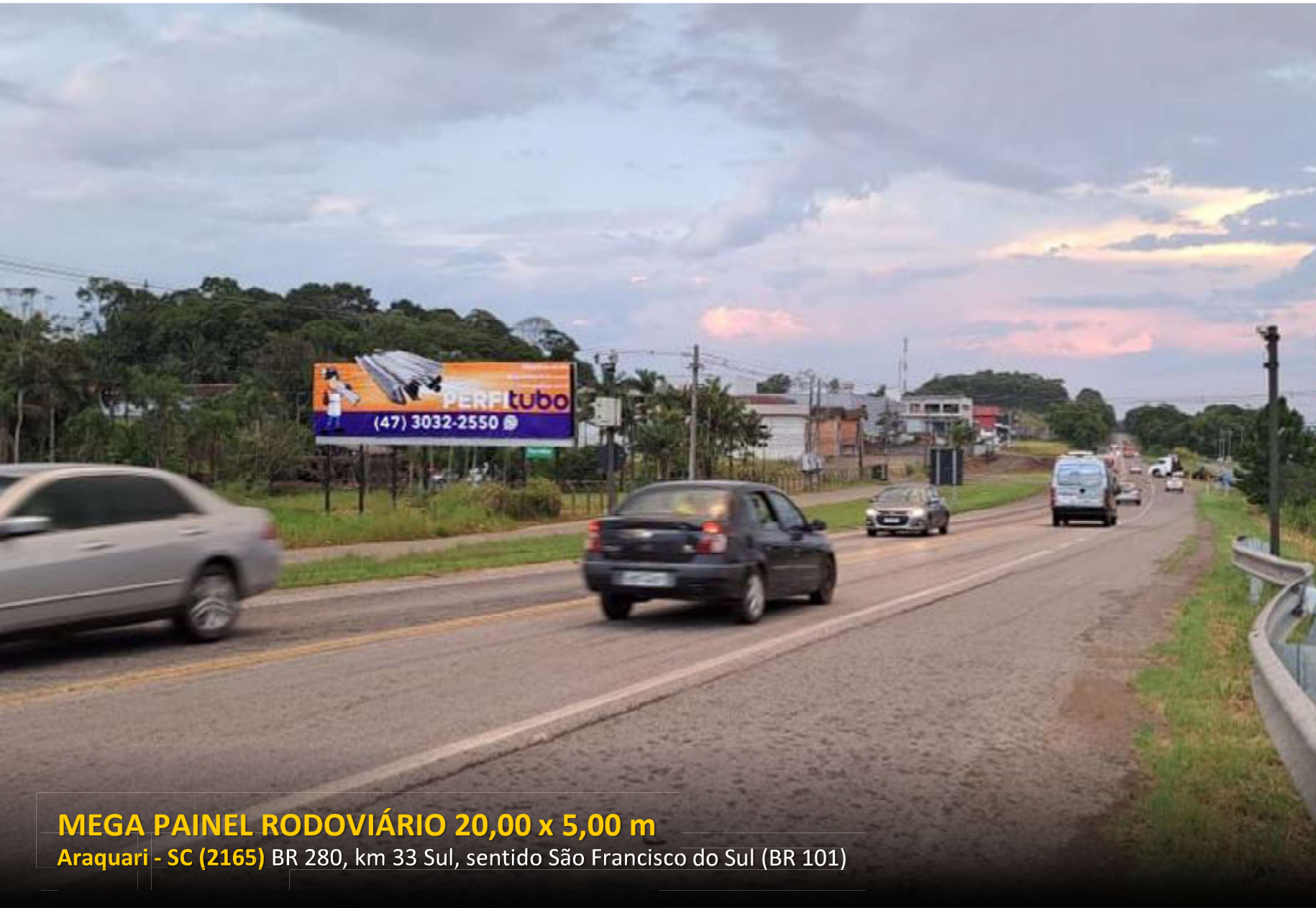
- A 2,3 KM DA SAÍDA PARA BR 101
- ROTA JAGARAGUÁ DO SUL – BR 101 (NORTE E SUL)

**MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m**

**Araquari – SC (2073) BR 280, km 38 sentido Joinville.**



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas abra o aplicativo em: <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK05-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>



## MEGA PAINEL RODOVIÁRIO 20,00 x 5,00 m

Araquari - SC (2165) BR 280, km 33 Sul, sentido São Francisco do Sul (BR 101)

Latitude/Longitude:  
-26.425704, -48.787375

MAPA



IMPACTOS MENSAIS

**6.962.952**

(Fonte InfooH)



PERÍODO:

**12 meses (início em maio)**



INVESTIMENTO

**Veiculação**

**Tabela Mensal:**

**R\$ 35.000,00**

**Veiculação**

**Negociado Mensal:**

**R\$ 10.000,00**

**Produção (lona):**

**R\$ 4.200,00**



Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix-Jaquês. Para validar o documento e suas assinaturas acesse: <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKCS-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

# INFORMAÇÕES IMPORTANTES

Todo material que será veiculado na área de concessão (faixa de domínio) estará sujeito a aprovação da concessionária local. É proibido a veiculação de publicidade que possua cunho ideológico, político ou religioso na área de concessão (faixa de domínio). Também é proibido na área de concessão (faixa de domínio) a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas, qualquer tipo de campanha publicitária que faça apologia ao consumo ao fumo, ao comércio de armas ou munições e ao excesso de velocidade em veículos automotores. Em caso de notificação por veiculação de publicidade irregular junto à faixa de domínio, a veiculação estará sujeita à suspensão e retirada imediata da lona, sendo necessário o anunciante arcar com os custos da Produção (lona): e do período de veiculação.

Em equipamentos na área de concessão é obrigatório inserir a frase de educação no trânsito **“Desacelere, seu bem maior é a vida.”** conforme resolução do Contran 2025, onde de acordo com o estabelecido no Artigo 65º da Resolução Nº 7 do DNIT, de 02 de março de 2021: *“Art. 65. A exibição das mensagens educativas de trânsito obrigatórias de que tratam os arts. 77-B e 77-C da Lei nº 9.503, de 1997, poderá ocorrer na mesma imagem do anúncio publicitário, respeitando o mínimo de 10% (dez por cento) da área do anúncio”.*

Renovação de Contrato: O cliente tem prioridade na renovação com formalização até 30 (trinta) dias do término do contrato, caso contrário, o painel será disponibilizado automaticamente sem aviso prévio para comercialização em nosso sistema.

Produção (lona): FAVRETTO: LONA = Durabilidade de 12 (doze) meses . Em caso de roubo, avaria, ato de vandalismo ou quaisquer danos que venha incidir sobre o painel/lona, a Favretto é responsável em substituir sem custo adicional para o cliente, onde os dias perdidos de veiculação serão compensados ao final do contrato. | APLIQUE = Sob consulta.

Produção (lona): TERCEIROS: LONA = Todas as lonas deverão ser enviadas conforme descritivo técnico fornecido pela Favretto e mediante termo de responsabilidade para Produção (lona): de lonas de terceiros. | APLIQUE = Não é permitido Produção (lona): por terceiros, apenas pela Favretto.

Condição de pagamento: VEICULAÇÃO = 1ª parcela para 30 (trinta) dias direto ao contar do início da veiculação e as respectivas parcelas mensalmente | Produção (lona): (lona) = 30 (trinta) dias direto.

Ajardinamento incluso em alguns pontos determinados pela Favretto.

Observação: SUJEITO A ALTERAÇÃO.



# ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

## PAINÉIS RODOVIÁRIOS

PRODUTOS	ÁREA VISUAL	ÁREA TOTAL	ACABAMENTO	MATERIAL	RESOLUÇÃO
FRONT	7,50 x 3,00 m	7,70 x 3,20 m	Bainha e ilhos a cada 20 cm	Lona Starflex Super Titanium, 280g, trama 1000x1000, 9x9 fios de polegada	DPI 1440
FRONT	8,00 x 4,00 m	8,20 x 4,20 m	Bainha e ilhos a cada 20 cm	Lona Starflex Super Titanium, 280g, trama 1000x1000, 9x9 fios de polegada	DPI 1440
FRONT	9,00 x 4,00 m	9,20 x 4,20 m	Bainha e ilhos a cada 20 cm	Lona Starflex Super Titanium, 280g, trama 1000x1000, 9x9 fios de polegada	DPI 1440
MEGA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	Lona Starflex Super Titanium, 280g, trama 1000x1000, 9x9 fios de polegada	DPI 1440
SIGHT	12,00 x 4,00 m	12,20 x 4,20 m	Bainha e ilhos a cada 20 cm	Lona Starflex Super Titanium, 280g, trama 1000x1000, 9x9 fios de polegada	DPI 1440
VIP	4,15 x 6,00 m	4,35 x 6,20 m	Bainha e ilhos a cada 20 cm	Lona Starflex Super Titanium, 280g, trama 1000x1000, 9x9 fios de polegada	DPI 1440

## INFORMAÇÕES IMPORTANTES:

**LOCAL DE ENTREGA:** Rua Martha Gembaroski Tuleski, 400 - Cidade Industrial de Curitiba, Curitiba - PR, 81460-280

**HORÁRIO DE ENTREGA:** Seg a sexta : Das 8h as 11h30 e 13h30 as 17h30 - Pavilhão 2, porta lateral.

**PRAZO para envio de arquivo para produtos em SANTA CATARINA:** 07 (sete) dias úteis.

**PRAZO para envio de arquivo para produtos no PARANÁ:** 05 (cinco) dias úteis.

**ARQUIVO:** Fechado em alta/máxima resolução JPEG ou PDF. Se for 10% da área visual = 300 dpi ou 100% da área visual = 30 dpi.

**FRASE de educação no trânsito obrigatória no FRONT, VIP e MUB:** "Desacelere, seu bem maior é a vida."



# INFORMAÇÕES DE FATURAMENTO

## ➤ VEICULAÇÃO

**VEICULAÇÃO:**

PAINEL VIP  
PAINEL SIGHT  
FRONT RODOVIÁRIO  
MEGA PAINEL  
PROJETOS ESPECIAIS/SEQUENCIAL  
CAMELÓDROMO  
MUB OFF SC

**Razão Social:** EBF MÍDIA RODOVIÁRIA LTDA**Nome Fantasia:** FAVRETTO MÍDIA RODOVIÁRIA**CNPJ:** 10.568.116/0001-85**Inscrição Estadual:** 90882195-51**Inscrição Municipal:** 0558440-9**Endereço:** Rua Capitão Argemiro Monteiro  
Wanderley, 1460**Bairro:** Cidade Industrial**CEP:** 81.312.170**Cidade:** Curitiba/PR**Telefone/Fax:** (41) 3013-5753**Dados Bancários:****Itaú – Ag. 0616 – C/C 86.206-6**

## ➤ Produção (lona):

**Razão Social:** AUTO MIDIA SYSTEM EIRELI**Nome Fantasia:** FAVRETTO COMUNICAÇÃO VISUAL**CNPJ:** 08.803.929/0001-60**Inscrição Estadual:** 90403390-16**Inscrição Municipal:** 13 05 524.532-0**Endereço:** Rua Martha Gembaroski Tuleski, 400**Bairro:** Cidade Industrial**CEP:** 81.460-280**Cidade:** Curitiba/PR**Telefone/Fax:** (41) 3023-5679**Dados Bancários:****Itaú – Ag. 0616 – C/C 75.208-5**

FAVRETTOMIDIAEXTERIOR.COM.BR

# Favretto

MÍDIA EXTERIOR

**JEAN BUZZI**

GERENTE DE CONTAS

41. 3013-5753

41. 99692-7969

jean@favrettomidiaexterior.com.br



Este documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://www.bravesigner.com.br/validar/11100555AZER-8Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

Disponibilidade: 77 ponto(s)

[131-1] ARAQUARI, ITINGA - SC 301 KM 43 -NA ROTATÓRIA DE ACESSO A PRAIAS E BR 101 SENTIDO JOINVILLE- , Iluminado R\$ 1.280,00



[Coordenadas -26.4184117,-48.7797955](#)

[131-2] ARAQUARI, ITINGA - SC 301 KM 43 -NA ROTATÓRIA DE ACESSO A PRAIAS E BR 101 SENTIDO JOINVILLE- , Iluminado R\$ 1.280,00



[Coordenadas -26.4184117,-48.7797955](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

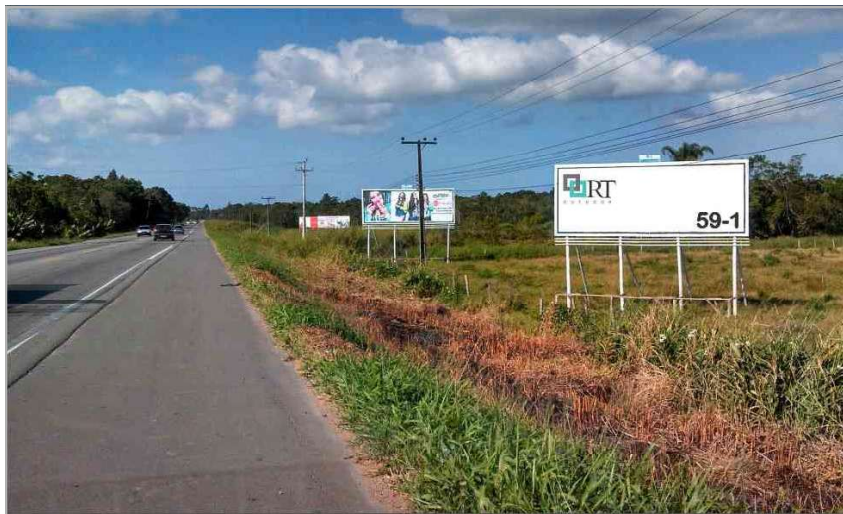
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[56-1] ARAQUARI, POCO GRANDE - BR 280, KM 31, PROX. A SOCIEDADE DAROKA SENTIDO PRAIAS- R\$ 1.180,00



-26.4159639,-48.7695031

[59-1] ARAQUARI, POCO GRANDE - BR 280, KM 31, PROX. A SOCIEDADE DAROKA SENTIDO PRAIAS- R\$ 1.180,00



-26.4159639,-48.7695031

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

\* [73-1] JOINVILLE, AMERICA - RUA BENJAMIN CONSTANT, PRÓX. A RUA BLUMENAU SENTIDO BAIRRO/CENTRO-  
FLUXO DIÁRIO 7:00 às 19:00=8.900 VEÍCULOS R\$ 1.180,00



-26.2844124,-48.853826

\* [73-2] JOINVILLE, AMERICA - RUA BENJAMIN CONSTANT, PRÓX. A RUA BLUMENAU SENTIDO BAIRRO/CENTRO-  
FLUXO DIÁRIO 7:00 às 19:00=8.900 VEÍCULOS R\$ 1.180,00



-26.2844124,-48.853826

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [73-3] JOINVILLE, AMERICA - RUA BENJAMIN CONSTANT, PRÓX. A RUA BLUMENAU SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2844124,-48.853826

\* [74-1] JOINVILLE, AMERICA - RUA BENJAMIN CONSTANT, PRÓX. A RUA BLUMENAU SENTIDO CENTRO/BAIRRO- FLUXO DIÁRIO 7:00 às 19:00= 8.900 VEÍCULOS R\$ 1.180,00



-26.2844124,-48.853826

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

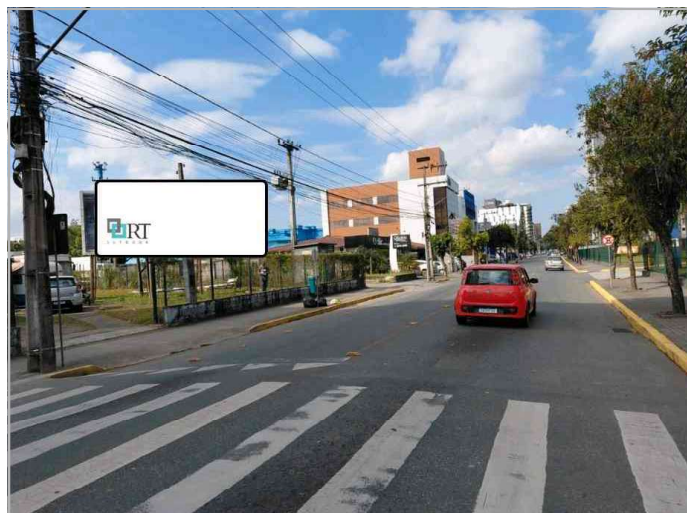
- \* [74-2] JOINVILLE, AMERICA - RUA BENJAMIN CONSTANT, PRÓX. A RUA BLUMENAU SENTIDO CENTRO/BAIRRO-FLUXO DIÁRIO 7:00 às 19:00=8.900 VEÍCULOS R\$ 1.180,00



-26.2844124,-48.853826

- \* [61-1] JOINVILLE, AMERICA - RUA ORESTES GUIMARAES, EM FRENTE AO HOSPITAL DA UNIMED SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.280,00

Restrição: CONSTRUTORA - IMOBILIARIAS - INCORPORADORAS



-26.2897901,-48.8453602

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

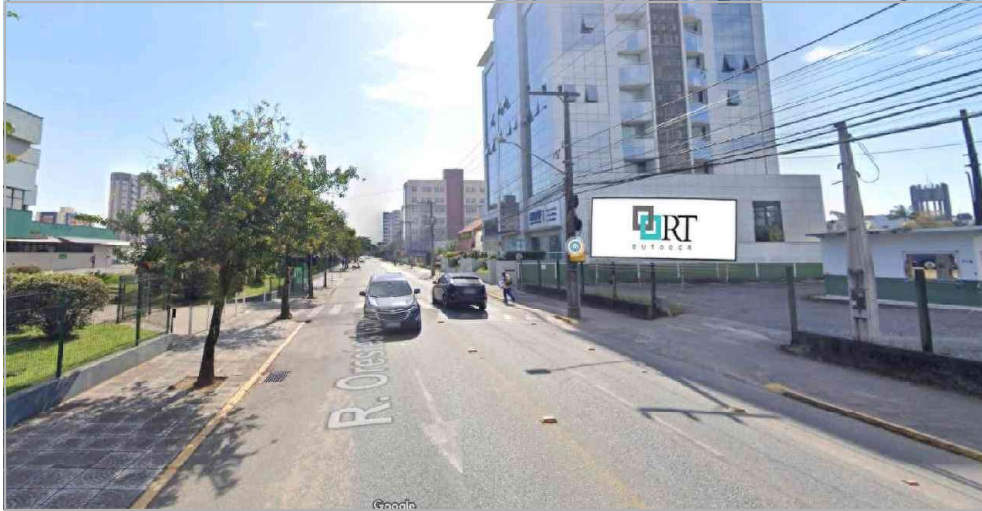
Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [141-1] JOINVILLE, AMERICA - RUA ORESTES GUIMARÃES, EM FRENTE AO HOSPITAL DA UNIMED E SAM'S CLUB SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.280,00

Restrição: CONSTRUTORA - INCORPORADORA - IMOBILIÁRIAS



[https://www.google.com/maps/@-26.2894916,-48.8453845,3a,75y,23.75h,91.62t/data=!3m6!1e1!3m4!1shkqG4RDsrmX-5pf5g\\_JM\\_Q!2e0!7i16384!8i8192?authuser=0&entry=ttu](https://www.google.com/maps/@-26.2894916,-48.8453845,3a,75y,23.75h,91.62t/data=!3m6!1e1!3m4!1shkqG4RDsrmX-5pf5g_JM_Q!2e0!7i16384!8i8192?authuser=0&entry=ttu)

\* [114-1] JOINVILLE, AMERICA - RUA XV DE NOVEMBRO, AO LADO DO MOTEL VIS A VIS SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00

Restrição: CONSTRUTORAS



[-26.297655,-48.8607466](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

- \* [114-2] JOINVILLE, AMERICA - RUA XV DE NOVEMBRO, AO LADO DO MOTEL VIS A VIS SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00  
Restrição: CONSTRUTORAS



-26.297655,-48.8607466

- \* [114-3] JOINVILLE, AMERICA - RUA XV DE NOVEMBRO, AO LADO DO MOTEL VIS A VIS SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00  
Restrição: CONSTRUTORAS



-26.297655,-48.8607466

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[32-1] JOINVILLE, ANITA GARIBALDI - RUA EUGENIO MOREIRA, ESQ. COM RUA ANITA GARIBALDI SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



[-26.3156237,-48.8475955](#)

[32-2] JOINVILLE, ANITA GARIBALDI - RUA EUGENIO MOREIRA, ESQ. COM RUA ANITA GARIBALDI SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



[-26.3156237,-48.8475955](#)

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[115-1] JOINVILLE, ANITA GARIBALDI - RUA GOTHARD KAESEMODEL, PRÓX. A UNISOCIESC SENTIDO BAIRRO / CENTRO- R\$ 1.180,00  
Restrição: CONSTRUTORAS



-26.3183072,-48.8570439

[115-2] JOINVILLE, ANITA GARIBALDI - RUA GOTHARD KAESEMODEL, PRÓX. A UNISOCIESC SENTIDO BAIRRO / CENTRO- R\$ 1.180,00  
Restrição: CONSTRUTORAS



-26.3183072,-48.8570439

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[100-1] JOINVILLE, ATIRADORES - RUA OTTO KAR DOERFFEL, ANEXO A BUSCHLE & LEPPER SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00  
Restrição: PRODUTOS PARA PISCINAS E FERTILIZANTES



-26.318665,-48.8709463

[100-2] JOINVILLE, ATIRADORES - RUA OTTO KAR DOERFFEL, ANEXO A BUSCHLE & LEPPER SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00  
Restrição: PRODUTOS PARA PISCINAS E FERTILIZANTES



-26.318665,-48.8709463

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[98-1] JOINVILLE, ATIRADORES - RUA OTTOKAR DOERFFEL, ANEXO A BUSCHLE & LEPPER SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00

Restrição: PRODUTOS PARA PISCINAS E FERTILIZANTES



-26.318665,-48.8709463

[99-1] JOINVILLE, ATIRADORES - RUA OTTOKAR DOERFFEL, ANEXO A BUSCHLE & LEPPER SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00

Restrição: PRODUTOS PARA PISCINAS E FERTILIZANTES



-26.318665,-48.8709463

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

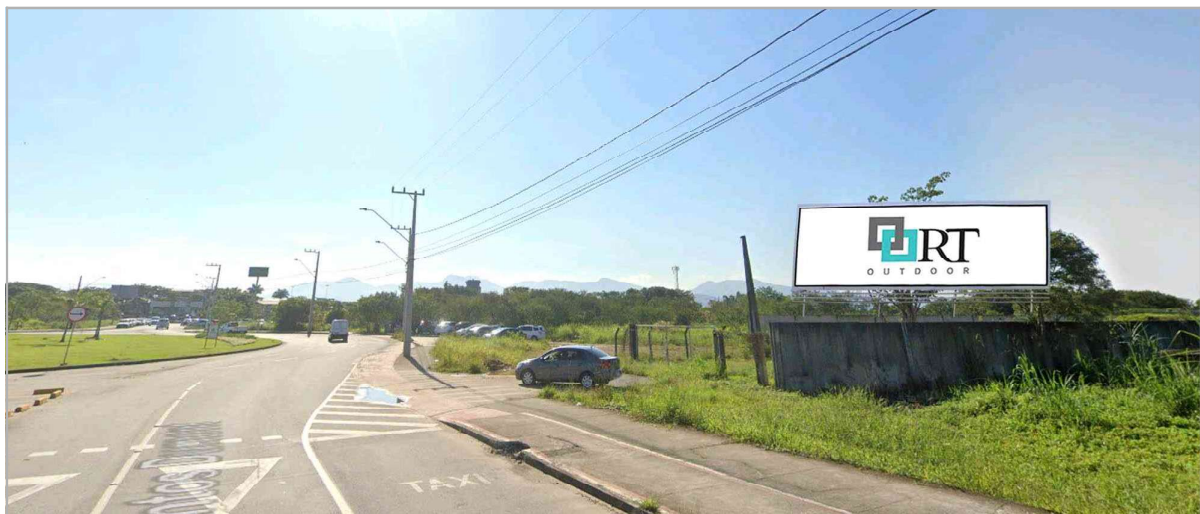
[99-2] JOINVILLE, ATIRADORES - RUA OTTOKAR DOERFFEL, ANEXO A BUSCHLE & LEPPER SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00

Restrição: PRODUTOS PARA PISCINAS E FERTILIZANTES



-26.318665,-48.8709463

[135-1] JOINVILLE, AVENTUREIRO - AV. SANTOS DUMONT, ENTRADA DO AEROPORTO ENTRADA AEROPORTO- R\$ 1.180,00



-26.2268696,-48.8036769

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[106-1] JOINVILLE, AVENTUREIRO - AV. SANTOS DUMONT, SAÍDA DO VIADUTO DA RUA TUIUTI SENTIDO AEROPORTO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2351063,-48.8194717

[106-2] JOINVILLE, AVENTUREIRO - AV. SANTOS DUMONT, SAÍDA DO VIADUTO DA RUA TUIUTI SENTIDO AEROPORTO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2351063,-48.8194717

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [129-1] JOINVILLE, BOA VISTA - RUA AUBE, PROXIMO DA CISER SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



-26.3047731,-48.8381361

[44-2] JOINVILLE, BOA VISTA - RUA GRACILIANO RAMOS, PRÓX. A PONTE DO TRABALHADOR SENTIDO BOA VISTA/GUANABARA- R\$ 1.180,00



-26.311206,-48.8287372

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[44-1] JOINVILLE, BOA VISTA - RUA GRACILIANO RAMOS, PRÓX. A PONTE DO TRABALHADOR SENTIDO BOA VISTA/GUANABARA- R\$ 1.180,00



-26.311206,-48.8287372

[42-1] JOINVILLE, BOA VISTA - RUA GRACILIANO RAMOS, PRÓX. A PONTE DO TRABALHADOR SENTIDO GUANABARA/BOA VISTA- R\$ 1.180,00



-26.311206,-48.8287372

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[42-2] JOINVILLE, BOA VISTA - RUA GRACILIANO RAMOS, PRÓX. A PONTE DO TRABALHADOR SENTIDO GUANABARA/BOA VISTA- R\$ 1.180,00



-26.311206,-48.8287372

[147-1] JOINVILLE, BOA VISTA - RUA PREFEITO HELMUTH FALLGATTER SENTIDO BAIRRO- CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.3019888,-48.8252453

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[148-1]

JOINVILLE, BOA VISTA - RUA PREFEITO HELMUTH FALLGATTER SENTIDO BAIRRO- CENTRO-

R\$ 1.180,00



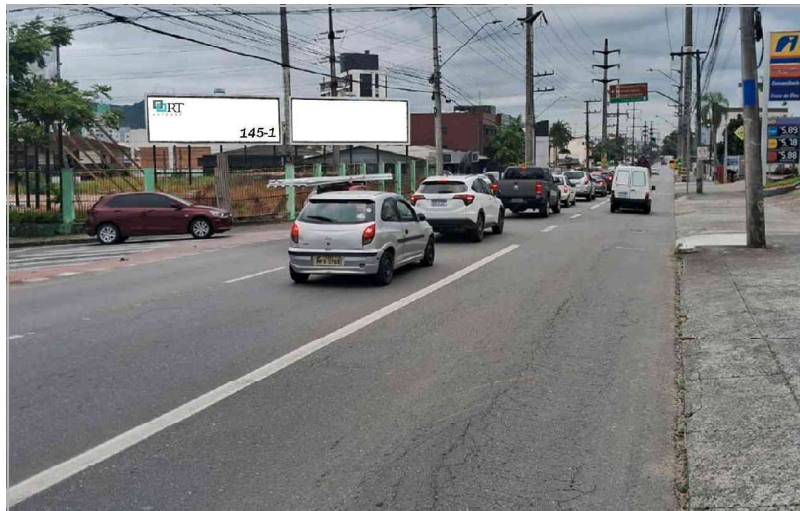
-26.3019888,-48.8252453

\* [145-1]

JOINVILLE, BOM RETIRO - AV. SANTOS DUMONT ESQ. COM RUA DOM BOSCO - PRÓX. TRANSTUSA SENTIDO BAIRRO CENTRO-

R\$ 1.280,00

Restrição: EMPRESA DE RECURSOS HUMANOS



-26.2672298,-48.8507887

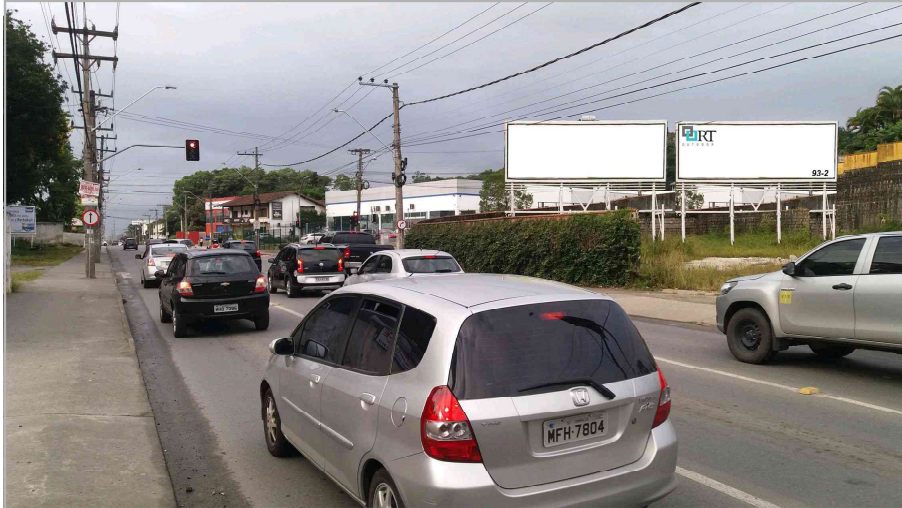
Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[93-2] JOINVILLE, BOM RETIRO - AV. SANTOS DUMONT, ESQ. ARNO DOHLER AO LADO DA METRONORTE (SINALEIRO) R\$ 1.280,00  
SENTIDO BAIRRO/CENTRO-



-26.2596512,-48.8516459

\* [92-1] JOINVILLE, BOM RETIRO - AV. SANTOS DUMONT, ESQ. ARNO DOHLER AO LADO DA METRONORTE (SINALEIRO) R\$ 1.280,00  
SENTIDO CENTRO/BAIRRO-



-26.2596512,-48.8516459

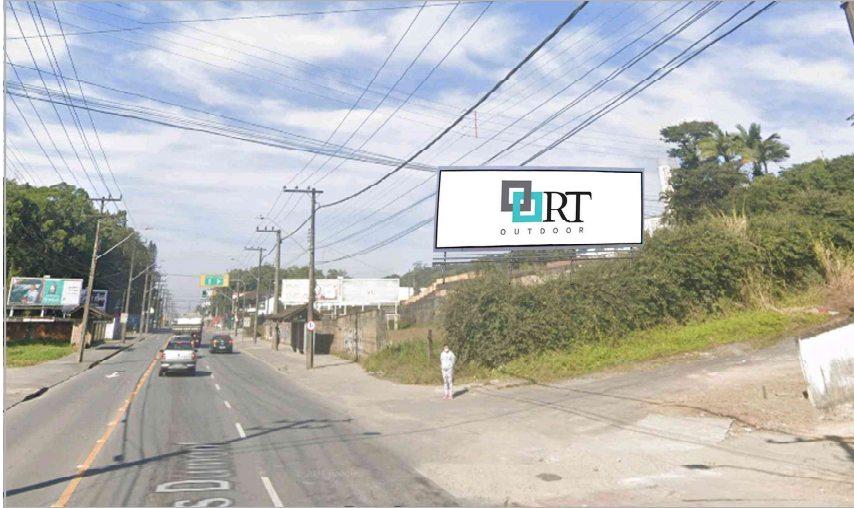
Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [134-1] JOINVILLE, BOM RETIRO - AV. SANTOS DUMONT, PRÓX. AO SHOPPING GARTEN SENTIDO CENTRO- R\$ 1.280,00



-26.2585856,-48.8517403

[150-1] JOINVILLE, BOM RETIRO - RUA TENENTE ANTONIO JOAO - SENTIDO GARTEN SHOPPING E UNIVILLE Sentido Bairro- , R\$ 1.280,00  
Iluminado

Restrição: Construtoras



coords -26.260287967355,-48.845869425305 link

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres  Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [136-1] JOINVILLE, BUCAREIN - RUA DR. PLÁCIDO OLÍMPIO DE OLIVEIRA, AO LADO DA ANTIGA AGEEMED SENTIDO CENTRO- R\$ 1.280,00



-26.311168,-48.8418789

\* [130-1] JOINVILLE, BUCAREIN - RUA INÁCIO BASTOS EM FRENTE AO GIASSI SUPERMERCADOS SENTIDO RUA SAO PAULO- R\$ 1.180,00



-26.3163164,-48.8437568

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

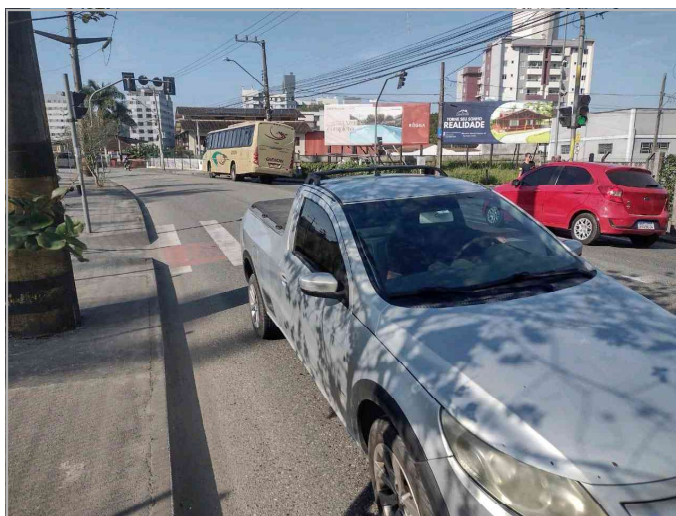
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

- \* [125-1] JOINVILLE, CENTRO - RUA TIJUCAS, ESQ. COM RUA DONA FRANCISCA ( MUSEU SAMBAQUI) SENTIDO CENTRO/BAIRRO- , Iluminado R\$ 1.280,00



-26.2963029,-48.8435595

- [25-2] JOINVILLE, COSTA E SILVA - RUA RUI BARBOSA, AO LADO DA RECREATIVA DA EMBRACO SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2644804,-48.8689986

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[24-1] JOINVILLE, COSTA E SILVA - RUA RUI BARBOSA, AO LADO DA RECREATIVA DA EMBRACO SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



-26.2644804,-48.8689986

[96-1] JOINVILLE, DISTRITO INDUSTRIAL - BR 101 KM 32 EM FRENTE A ENTRADA DA TIGRE S/A SENTIDO SUL/NORTE- R\$ 1.180,00



-26.2503094,-48.9084823

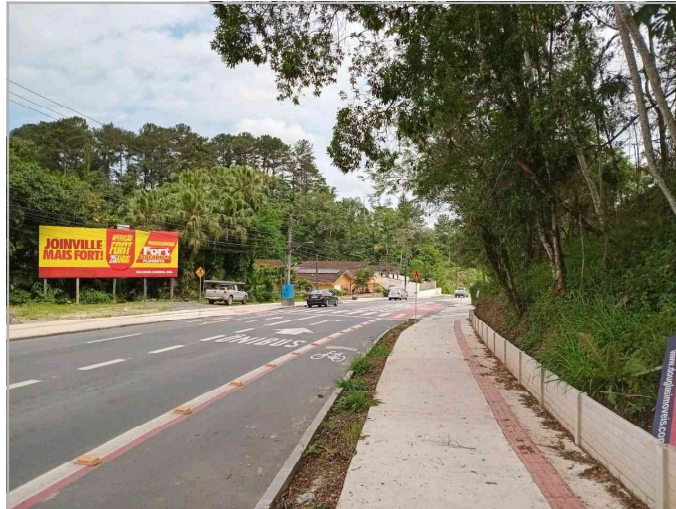
Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[47-1] JOINVILLE, FLORESTA - RUA SANTA CATARINA, AO LADO DA MARMORARIA GRANVILLE SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00



[-26.3538699,-48.8466452](#)

\* [71-1] JOINVILLE, GLORIA - AV MARQUES DE OLINDA, ROTATORIA COM A RUA BENJAMIN CONSTANT SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00



[-26.284046,-48.8640502](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

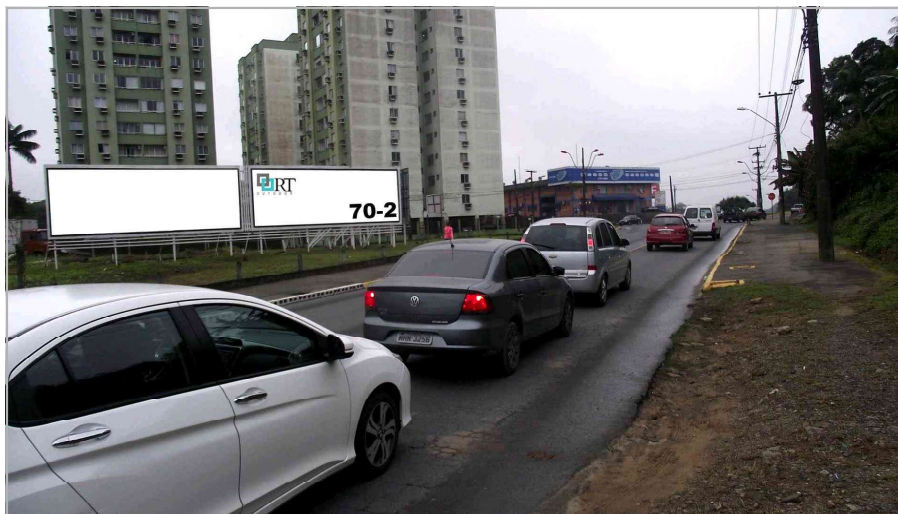
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

- \* [71-2] JOINVILLE, GLORIA - AV MARQUES DE OLINDA, ROTATORIA COM A RUA BENJAMIN CONSTANT SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00



-26.284046,-48.8640502

- \* [70-2] JOINVILLE, GLORIA - AV. MARQUES DE OLINDA, ROTATORIA SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.280,00



-26.2849953,-48.8640441

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

\* [132-1]

JOINVILLE, GLORIA - BR 101 KM 40 AO LADO DO ATACADÃO - ENTRADA EXPOMILLE SENTIDO SUL NORTE-

R\$ 1.280,00



-26.3064686,-48.8800341

[132-2]

JOINVILLE, GLORIA - BR 101 KM 40 AO LADO DO ATACADÃO - ENTRADA EXPOMILLE SENTIDO SUL NORTE-

R\$ 1.280,00



-26.3064686,-48.8800341

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

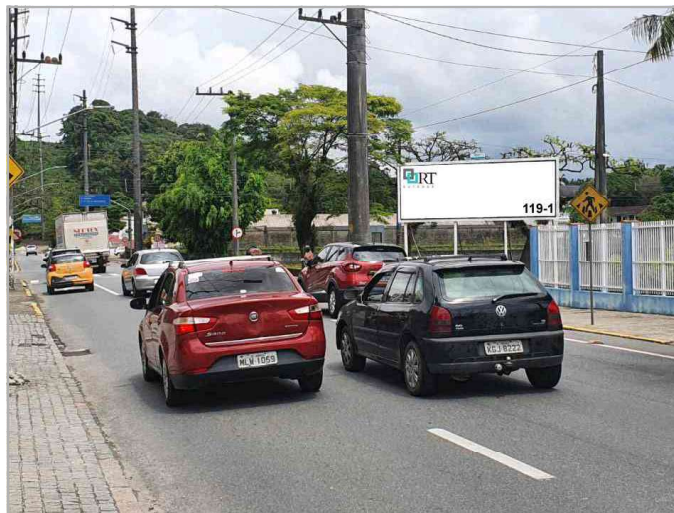
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[72-1] JOINVILLE, GLORIA - RUA BENJAMIN CONSTANT, ROTATORIA COM A AV. MARQUES DE OLINDA SENTIDO BAIRO/CENTRO- R\$ 1.280,00



-26.2843638,-48.8646167

[119-1] JOINVILLE, GLORIA - RUA MAX COLIN, ESQ. RUA LUIZ DELFINO SENTIDO CENTRO/BAIRO- R\$ 1.180,00



-26.2935936,-48.8659255

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[63-1] JOINVILLE, GLORIA - RUA TIMBO, ESQ. RUA LUIZ DELFINO, PROX. A CELESC SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 980,00



-26.2926155,-48.86661

[63-2] JOINVILLE, GLORIA - RUA TIMBO, ESQ. RUA LUIZ DELFINO, PROX. A CELESC SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2926155,-48.86661

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[57-1] JOINVILLE, GLORIA - RUA XV DE NOVENBRO, ANEXO A ACQUAVILLE SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2939805,-48.8803903

[57-2] JOINVILLE, GLORIA - RUA XV DE NOVENBRO, ANEXO A ACQUAVILLE SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.180,00



-26.2939805,-48.8803903

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

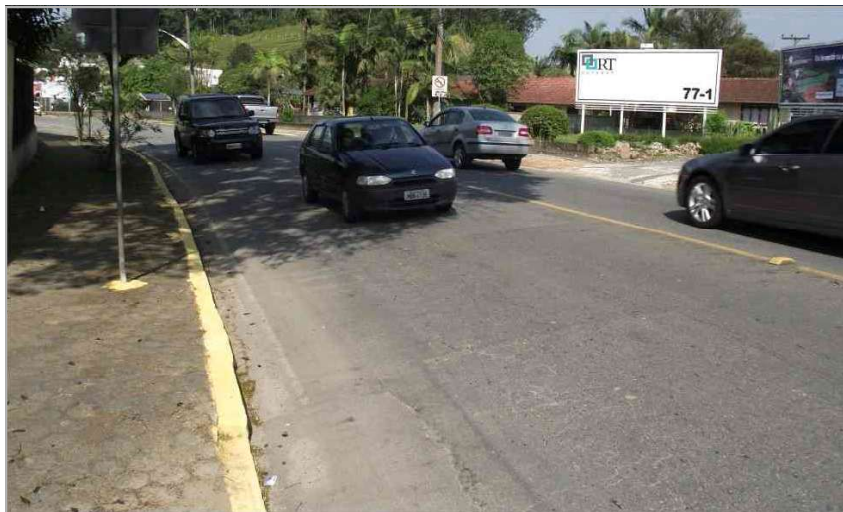
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [60-1] JOINVILLE, GLORIA - RUA XV DE NOVENBRO, ANEXO A ACQUAVILLE SENTIDO BAIRRO/CENTRO-, Iluminado R\$ 1.280,00



-26.2939805,-48.8803903

[77-1] JOINVILLE, GLORIA - RUA XV DE NOVENBRO, ANEXO A ACQUAVILLE SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



-26.2939805,-48.8803903

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[17-1] JOINVILLE, GUANABARA - RUA GUANABARA, EM FRENTE A JOTA BROTHER'S SOM SENTIDO BAIRRO FATIMA- R\$ 1.180,00



-26.3221036,-48.8273397

[143-1] JOINVILLE, IRIRIU - RUA CARLOS BENACK ESQ. RUA IBIRAMA PRÓX. MACHADO DE ASSIS SENTIDO CENTRO / BAIRRO- R\$ 1.180,00



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

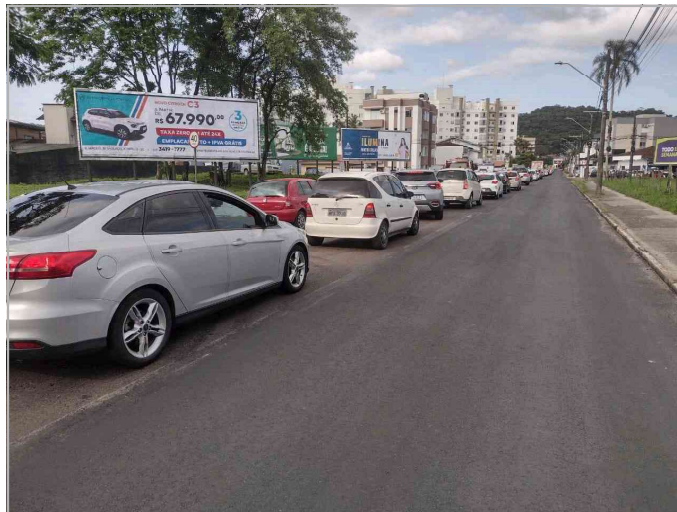
Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[143-2] JOINVILLE, IRIRIU - RUA CARLOS BENACK ESQ. RUA IBIRAMA PRÓX. MACHADO DE ASSIS SENTIDO CENTRO / BAIRRO- R\$ 1.180,00



[142-1] JOINVILLE, IRIRIU - RUA CARLOS BENACK ESQ. RUA IBIRAMA PRÓX. MACHADO DE ASSIS SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

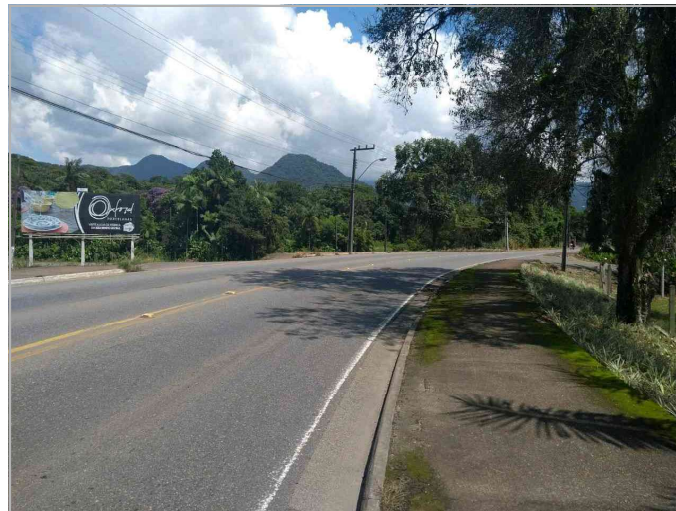
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[62-1] JOINVILLE, PIRABEIRABA - ROD. SC 301 KM 81,9 - ANEXO SOCIEDADE RIO DA PRATA SENTIDO PIRABEIRABA/CENTRO- R\$ 1.180,00



[-26.1712636,-48.969627](#)

[54-1] JOINVILLE, PIRABEIRABA - ROD. SC 301 KM 81,9 - ANEXO SOCIEDADE RIO DA PRATA SENTIDO PIRABEIRABA/SÃO BENTO DO SUL- R\$ 1.180,00



[-26.1712636,-48.969627](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

\* [111-1] JOINVILLE, SAGUACU - RUA DONA FRANCISCA, PRÓX. AO COLÉGIO BOM JESUS SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



[-26.2815316,-48.8438967](#)

\* [111-2] JOINVILLE, SAGUACU - RUA DONA FRANCISCA, PRÓX. AO COLÉGIO BOM JESUS SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



[-26.2815316,-48.8438967](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

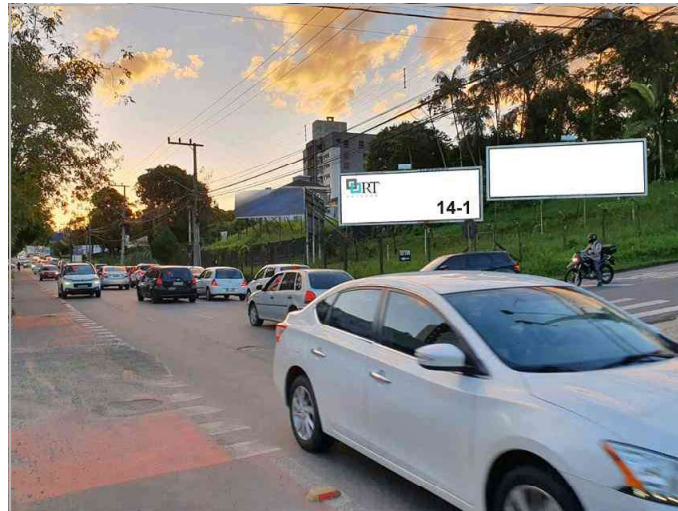
Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

\* [128-1] JOINVILLE, SAGUACU - RUA DONA FRANCISCA, PRÓX. ESQUINA COM RUA ITAÍÓPOLIS SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.180,00



-26.2881753,-48.8410118

[14-1] JOINVILLE, SANTO ANTONIO - RUA PRUDENTE DE MORAES, A 100 MTS DA AV. MARQUES DE OLINDA SENTIDO BAIRRO COSTA E SILVA- R\$ 1.180,00



coords -26.2751058,-48.8616215

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[14-2] JOINVILLE, SANTO ANTONIO - RUA PRUDENTE DE MORAES, A 100 MTS DA AV. MARQUES DE OLINDA SENTIDO BAIRO COSTA E SILVA- R\$ 1.180,00



coords -26.2751058,-48.8616215

[13-1] JOINVILLE, SANTO ANTONIO - RUA PRUDENTE DE MORAES, A 100 MTS DA AV. MARQUES DE OLINDA SENTIDO RUA BLUMENAU- R\$ 1.180,00



coords -26.2751058,-48.8616215

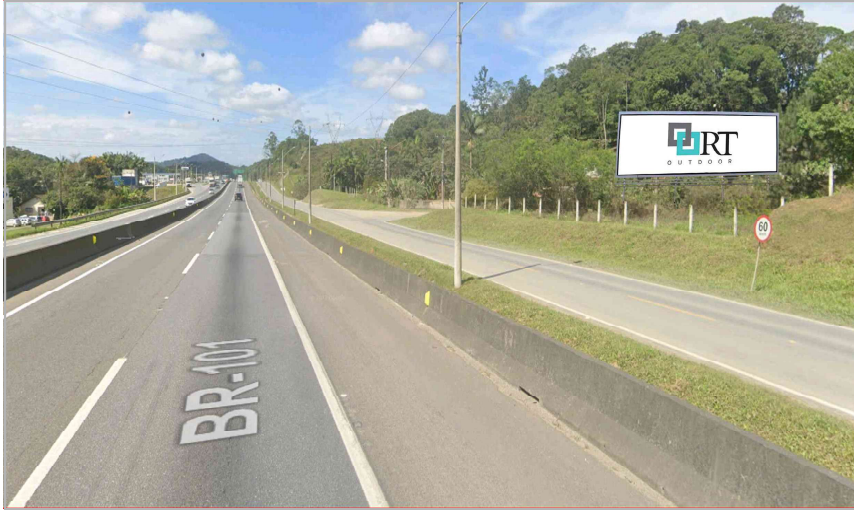
Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto Circuito Geradores de Fluxo Itinerário

[133-1] JOINVILLE, VILA NOVA - BR 101 KM 36 PRÓX. A 1000 METROS DA ENTRADA PRINCIPAL DA EXPOVILLE SENTIDO NORTE / SUL- R\$ 1.180,00



-26.278018,-48.8922723

[6-1] JOINVILLE, VILA NOVA - RUA XV DE NOVEMBRO, EM FRENTE A ELETROSUL SENTIDO BAIRRO/CENTRO- R\$ 1.280,00



-26.2919103,-48.8892499

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[48-1] JOINVILLE, VILA NOVA - RUA XV DE NOVEMBRO, EM FRENTE A ELETROSUL SENTIDO CENTRO/BAIRRO- R\$ 1.280,00



[-26.2919103,-48.8892499](#)

[97-1] MAFRA, CAMPO DA LANCA - BR 280 KM 165,9 - PRÓX. A RECAPADORA BANDAG SENTIDO MAFRA/JOINVILLE- R\$ 1.180,00



[-26.148497,-49.8123121](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[112-1] SAO FRANCISCO DO SUL, ACARAI - ROTATORIA DA BR 280 COM ROD. DUQUE DE CAXIAS AO LADO DA HAVAN SENTIDO CENTRO/PRAIAS- , Iluminado R\$ 1.180,00



[-26.2521453,-48.6178468](#)

[112-2] SAO FRANCISCO DO SUL, ACARAI - ROTATORIA DA BR 280 COM ROD. DUQUE DE CAXIAS AO LADO DA HAVAN SENTIDO CENTRO/PRAIAS- , Iluminado R\$ 1.180,00



[-26.2521453,-48.6178468](#)

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNK5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

### Disponibilidade de Locais (OUTDOOR)

Exibidora(s): (RT OUTDOOR#1)

Troca livre \* Nobres [ ] Código ponto  Circuito  Geradores de Fluxo  Itinerário

[112-3]

SAO FRANCISCO DO SUL, ACARAI - ROTATORIA DA BR 280 COM ROD. DUQUE DE CAXIAS AO LADO DA HAVAN  
SENTIDO CENTRO/PRAIAS-, Iluminado

R\$ 1.180,00



-26.2521453,-48.6178468

Totais


Pontos listados: 77

Esse documento foi assinado por Luiz Ricardo Felix Jaques. Para validar o documento e suas assinaturas acesse <https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

Joinville, 10 de fevereiro de 2026.

- **VALORES OUTDOOR CLEAN 2026**

Mod	Valor Bruto	Período
Outdoor Bronze	R\$ 720,00	BI-SEMANA
Outdoor Prata	R\$ 780,00	BI-SEMANA
Outdoor Ouro	R\$ 890,00	BI-SEMANA
Outdoor Diamante	R\$ 960,00	BI-SEMANA
Outdoor Iluminado	R\$ 1.760,00	BI-SEMANA
Outdoor iluminado Diamante	R\$ 2.500,00	BI-SEMANA
Estrutura de ferro sem iluminação	R\$ 1.340,00	BI-SEMANA
Frotlight Convencional	R\$ 1.995,00	BI-SEMANA
Frotlight Diamante	R\$ 2.250,00	BI-SEMANA
LED DIGITAL	R\$ 5.000,00	MENSAL

Documento assinado digitalmente  
 **BRUNA DE OLIVEIRA MACHADO ALVES**  
Data: 10/02/2026 15:55:57-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Bruna Machado  
Comercial

# PAINEL RODOVIÁRIO PR-050



## Dimensões:

15,00 X 6,00 metros

\*Confirmar área útil

## Praça:

Araquari/SC

## Endereço:

BR-101, Km 62, Corveta

## Sentido:

Joinville/Araquari

## Referências:

Entre Concrebras e  
Cabanha Santa Cypriana



Localizado as margens da BR-101, sentido litoral sul de Santa Catarina. Região de grande fluxo de veículos e com presença de grandes indústrias de aço, concreto e centros de logística.



## Investimento:

**R\$ 9.590,00**  
negociado  
mensal

## Investimento:

**R\$ 6.700,00**  
negociado  
14 dias

# FRONTLIGHT ROTATIVO FL-075 B



## Dimensões:

7,00 X 3,50 metros

\*Confirmar área útil

## Praça:

Joinville/SC

## Endereço:

Rua Marquês de Olinda,  
n°3340 - Glória

## Sentido:

Bairros/Centro

## Referências:

Esquina com  
Rua Max Colin



Localizado próximo a comércios locais, bares e restaurantes, concessionárias e postos de gasolina. Região com alto fluxo de veículos indo ao Centro, regiões industriais e de universidades.

**Impacto: 1.279.019/mês** (Dados do Infooh)  
Recurso Engenho de Ideias (29785178)

## Investimento:

**R\$ 3.700,00**  
negociado  
mensal

## Investimento:

**R\$ 2.590,00**  
negociado  
14 dias

# FRONTLIGHT FL-094 A



## Dimensões:

7,00 X 3,50 metros

\*Confirmar área útil

## Praça:

Joinville/SC

## Endereço:

Rua XV de Novembro,  
nº2876 - Glória

## Sentido:

BR-101/Centro

## Referências:

Próximo ao Portal  
de Joinville



Localizado na entrada de Joinville, próximo ao Expoville com excelente visibilidade, sentido shopping e às universidades. Região de comércios locais, hotéis e restaurantes.

**Impacto: 1.320.387/mês** (Dados do Infooh)  
Recurso Engenharia de Ideias (29785178)

## Investimento:

**R\$ 3.700,00**  
negociado  
mensal

## Investimento:

**R\$ 2.590,00**  
negociado  
14 dias

# FRONTLIGHT FL-094 B



## Dimensões:

7,00 X 3,50 metros

\*Confirmar área útil

## Praça:

Joinville/SC

## Endereço:

Rua XV de Novembro,  
nº2876 - Glória

## Sentido:

Centro/BR-101

## Referências:

Próximo ao Portal  
de Joinville



Localizado na saída de Joinville em direção à BR-101, próximo ao Expoville com excelente visibilidade. Região de comércios locais, hotéis e restaurantes.

**Impacto: 1.320.387/mês** (Dados do Infooh)

## Investimento:

**R\$ 3.700,00**  
negociado  
mensal

## Investimento:

**R\$ 2.590,00**  
negociado  
14 dias

# FRONTLIGHT FL-216 A



## Dimensões:

7,00 X 3,50 metros

\*Confirmar área útil

## Praça:

Joinville/SC

## Endereço:

Rua Ottokar Doerffel,  
nº1567 - Anita Garibaldi

## Sentido:

BR-101/Centro

## Referências:

Próximo ao Parque  
Hansen

\* Disponível a partir de 01/06



Localizado no primeiro acesso à Joinville, via de intenso fluxo de veículos. Região com diversos comércios, restaurantes, postos de combustível e prédios residenciais.

**Impacto: 802.414/mês** (Dados do Infooh)  
Recurso Engenho de Ideias (29785178)

**Investimento:**

**R\$ 3.700,00**  
negociado  
mensal

**Investimento:**

**R\$ 2.590,00**  
negociado  
14 dias

# FRONTLIGHT FL-216 B



## Dimensões:

7,00 X 3,50 metros

\*Confirmar área útil

## Praça:

Joinville/SC

## Endereço:

Rua Ottokar Doerffel,  
nº1567 - Anita Garibaldi

## Sentido:

Centro/BR-101

## Referências:

Próximo ao Parque  
Hansen



Localizado na primeira saída de Joinville, via de intenso fluxo de veículos. Região com diversos comércios, restaurantes, postos de combustível e prédios residenciais.

**Impacto: 802.414/mês** (Dados do Infooh)  
Recurso Engenho de Ideias (29785178)



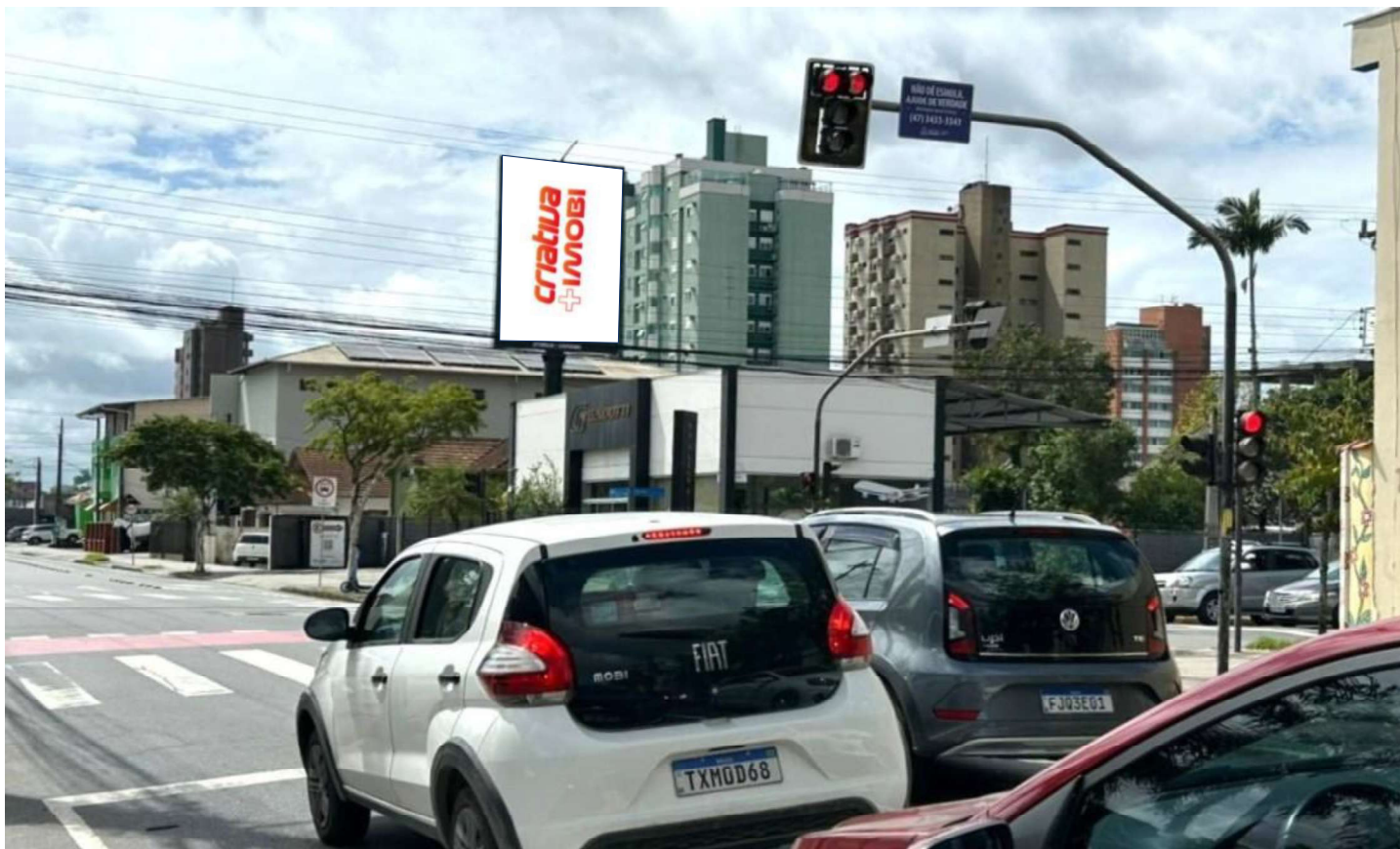
## Investimento:

**R\$ 3.700,00**  
negociado  
mensal

## Investimento:

**R\$ 2.590,00**  
negociado  
14 dias

# MEGA MUB-3 DIGITAL



## Dimensões:

4,00 X 6,00 metros  
768 x 1.152 pixels

## Praça:

Joinville/SC

## Endereço:

Rua São Paulo, nº755 –  
Bucarein

## Sentido:

Bairros/Centro

## Referências:

Próximo ao Giassi e  
Fort Atacadista



Localizado próximo a região central de Joinville, próximo supermercado, shopping, restaurantes e comércio em geral. Região com grande fluxo de veículos durante todo o dia.

**Impacto: 1.875.488/mês** (Dados do Infooh)  
Recurso Engenharia de Ideias (29785178)

## Investimento:

**R\$ 3.200,00**  
negociado  
mensal

## Investimento:

**R\$ 2.240,00**  
negociado  
14 dias

**criativa**  
PAINÉIS

criativapaineis.com.br

**Matheus Lessa**  
Consultor Comercial

 **48 99851.0148**

 **BLUMENAU**  
R. República Argentina, 2511  
Ponta Aguda - **47 3037.3634**

 **FLORIANÓPOLIS**  
R. José Joaquim de Santana, 28  
Abraão - **48 3334.7487**





# MANIFESTO DE ASSINATURAS



Código de validação: WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM

Tipo de assinatura: Avançada

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

- ✓ Luiz Ricardo Felix Jaques (CPF \*\*\*.616.010-\*\*) em 10/06/2026 14:19 - Assinado eletronicamente

Endereço IP	Geolocalização
189.6.248.225	Não disponível
Autenticação	ric****@engenhodeideias.com.br
Email verificado	
H0oLqwxr9IPHGnhJF0pUe/vwvVuSvl5YxQWRFtB79Po=	
SHA-256	

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

<https://app.ideiasigner.com.br/validate/WNKC5-5AZBR-5Y4BZ-X8UAM>

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

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