

INSTITUTO FEDERAL
CATARINENSE

INSTITUTO FEDERAL CATARINENSE
SISTEMA INTEGRADO DE PATRIMÔNIO, ADMINISTRAÇÃO E CONTRATOS
EMITIDO EM 17/08/2016 13:47

DOCUMENTO

23348.002398/2016-69

Cadastrado em 17/08/2016 13:47



Documento disponível para recebimento com
código de barras/QR Code

Número:

6/2016

Unidade de Origem:

REITORIA - ASSESSORIA DE GABINETE (11.04)

Identificador:

Ano:

2016

Tipo do Documento:

REQUERIMENTO DE RECURSO

Assunto Detalhado:

recurso contra o julgamento da proposta técnica da empresa FOCO PROPAGANDA

Nome(s) do Interessado(s):

EMPRESA FOCO PROPAGANDA

E-mail:

Identificador:

REITORIA - COORD GERAL COMPRAS E LICITAÇ

11011832

Observação:

MOVIMENTAÇÕES ASSOCIADAS

Data Envio	Destino
17/08/2016 13:47	REITORIA - ASSESSORIA DE GABINETE (11.04) COMPRAS / LICITAÇÕES

SIPAC | Copyright © 2005-2016 - Superintendência de Informática - UFRN - (47) 3331-7800 -
jboss01.sig.ifc.edu.br.jboss01inst1



ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO IFC – INSTITUTO FEDERAL CATARINENSE - REITORIA

TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA, devidamente qualificada no Processo Administrativo, relativo a **PROCESSO LICITATÓRIO CONCORRÊNCIA Nº 001/2016**, que tem por objeto a contratação de agência de propaganda e publicidade, por seu representante legal, respeitosamente vem à presença de Vossa Senhoria, nos termos do artigo 109, I, “b” da Lei nº 8.666/1993 e artigo 11º, §4º, inciso VIII da Lei nº 12.232 de 20 de abril de 2010, apresentar tempestivamente, **RECURSO CONTRA O JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA DA EMPRESA FOCO PROPAGANDA**, o que faz pelas razões a seguir aduzidas:

1. A Comissão de Licitação por meio da ata de reunião de 09 de agosto de 2016, divulgou o julgamento da proposta técnica da concorrência referida.

2. Todavia, da análise do julgamento da proposta técnica realizada pela subcomissão, verifica-se não haver a mais correta aplicação das leis que regem o instituto da licitação, bem como, não foi realizada a correta avaliação da proposta “Envelope nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária, composto do Raciocínio Básico, Estratégia de





Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia” a qual deveria desclassificar a licitante “FOCO PROPAGANDA LTDA”, por desrespeitar os comandos do edital.

3. A empresa FOCO no Envelope nº 1 na página 6 de seu plano de comunicação sugere 2 (dois) formatos de jornais: página inteira e meia página. Em sua simulação de peças criativas no plano de comunicação apresentou somente o anúncio página inteira, para corporificar o total de 10 layouts permitidos pelo edital, mas em sua planilha de valores colocou página inteira e meia página. Somente para este item podemos considerar que a licitante FOCO descumpriu o item 11.3.3, 11.3.3.3 e 11.3.3.4 a, deste edital que é claro e pede a apresentação de somente 10 peças em sua ideia criativa, ultrapassando somente neste item o máximo permitido no edital ficando aqui com 11 peças. Ao ser criado um formato de anúncio mesmo que tenha mesmo tema, mas seja em outro formato o mesmo deverá ser considerado como uma nova peça criativa, pois demandaria de honorários específicos e é uma criação diferente do original. Se não bastasse este item vários outros erros foram encontrados em seu envelope nº 1 que serão relatados neste documento.

PLANO DE COMUNICAÇÃO DA LICITANTE FOCO QUE IDENTIFICA 2 FORMATOS DISTINTOS:

Anúncio de Jornal formato página e meia-página: Os dois formatos de anúncios foram definidos para execução da campanha. Porém, foi selecionado o anúncio página inteira para exemplificar. Com um *layout* onde predomina os tons de verde, a peça remete a identidade gráfica do IFC e ao conhecimento, agregando força visual à campanha. Contempla alguns detalhes em vermelho, dando destaque para a marca e a expressão “ensino gratuito” (esse no canto superior direito, mostrando um dos principais diferenciais do instituto). Traz a imagem do João (jovem que vai ingressar no Ensino Técnico), composta com imagens do trabalho relacionado à alguns cursos do IFC, voltados à área agrícola. Essas imagens humanizam o material e fazem referências ao ensino, mostrando que alunos do IFC têm importantes perspectivas de trabalho. O título do anúncio traz o slogan da campanha “IFC feito para todos”, dentro do mapa de Santa Catarina, porque são 15 campus espalhados pelo estado. O texto principal instiga o aluno a fazer uma escolha diferente e motiva a pensar no futuro, sendo seguido por tópicos que resumem as opções de cursos da instituição. Por fim, o anúncio é assinado pela marca do Instituto Federal Catarinense, site e a *hashtag* #IFCparaTodos.





3.1 Continuando o mesmo raciocínio na página 9 de seu plano de comunicação, a empresa FOCO informa que serão produzidos 10 (dez) spots de rádio distintos. Somente este item já percebemos que esta sendo ultrapassado em mais 9 (nove) peças além do limite estipulado no edital. Não bastasse mais esta infração ao edital como a empresa FOCO justifica que seu plano de mídia contempla 10 spots de rádio distintos e na sua tabela de distribuição dos custos de produção e veiculação na página 12 de seu plano coloca um valor de R\$ 1.000,00 (hum mil reais). O mercado sabe que este valor é praticado somente para 1 (hum) spot de rádio e não 10 (dez) como eles preveem em seu plano de comunicação. A empresa FOCO neste quesito quer esconder um custo real para que possa ter um plano de comunicação maior do que seus concorrentes, não informando o valor real de produção de 10 (dez) spots. Caso ela praticasse o valor correto de mercado para este item sabemos que o valor total de sua campanha simulada iria extrapolar o valor máximo permitido pelo edital e seria desclassificada. Neste caso, não pode ser admitido que seja ofertado uma quantidade de itens e ou serviços sendo que o mesmo não poderá ser cumprido na execução do trabalho de fato. Se usarmos como exemplo o plano de comunicação da TEMPO BRASIL 1 (hum) único spot custa R\$ 510,00 para ser produzido. Neste caso o valor correto a ser aplicado baseando-se no valor correto de mercado daria em média mais de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) e não R\$ 1.000,00 (hum mil reais) como está no plano da FOCO.

PLANO DE COMUNICAÇÃO DA LICITANTE FOCO QUE IDENTIFICA 10 (DEZ) SPOTS DE RÁDIO DISTINTOS:

Rádio: Um dos meios de maior acesso à população catarinense, que possui baixo custo e grande frequência na cidade e no campo, mantendo-se muito forte no dia a dia das pessoas, conforme aponta Pesquisa Marplan, onde 74% das pessoas ouvem rádio pelo menos uma vez por semana. Segundo pesquisa Ibope, extraída do Manual de Comercialização Aesp, o rádio está em todo lugar, 95% das pessoas acessam este canal de comunicação em casa, 63% em seus automóveis, 43% em dispositivos *mobile*, ou seja, portáteis e 41% em rádio relógio. Ainda conforme a pesquisa, o rádio é o meio de comunicação com menor custo por mil do mercado e é imbatível em audiência das 6h às 19h. Para aumentar a lembrança da comunicação pelo público-alvo, a elaboração e produção de spots serão necessárias, bem como a alternância adequada. Portanto, serão produzidos 10 (dez) spots distintos, de 30" cada, que veicularão na programação de cada veículo radiofônico selecionados. Os canais selecionados são os de maior audiência segundo dados da Acaert – Associação Catarinense das Emissoras de Rádio e Televisão, e alcançam maior número de catarinenses em suas regiões de abrangência, que ouvem em suas empresas, residências, *mobiles*, veículos e locais de convívio social.





O EDITAL É CLARO E PEDE QUE:

11.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

4. Continuando a análise sobre o plano de comunicação no envelope 1 encontramos mais um erro que não condiz com o mercado. A produção de 15 totens a um valor de R\$ 2.550,00 (dois mil quinhentos e cinquenta reais). Conforme podemos observar nos anexos deste recurso, os valores estão completamente fora do mercado tentando enganar a subcomissão técnica. Os valores são impraticáveis e a agência quis somente ganhar uma boa pontuação não se preocupando com a veracidade da informação. O valor apresentado não pode ser praticado e não terá condições de ser feito este item. Para maior confirmação sugerimos que o próprio IFC pegue a descrição do material e faça a suas cotações conforme o edital prevê





em seus fornecedores para certificar que realmente o valor é impraticável. Sem contar que para este item foi informado que o material será itinerante. Quem irá arcar com o custo de deslocamento, o IFC ou a agência? Esta informação não consta e seria mais um custo que foi retirado de seu plano de comunicação. Nos anexos deste recurso inserimos os 3 orçamentos que comprovam a diferença dos valores. O menor valor obtido para este item seria de R\$ 380,00 somando um valor total de R\$ 5.700,00 e não de R\$ 2.550,00 conforme a FOCO coloca em seu plano.

5. No plano de comunicação da empresa FOCO encontramos mais um item com valor completamente fora da realidade do mercado. A agência sugere em seu plano um HOT SITE com 4 (quatro) telas, Inscrições, Ensino técnico, Ensino Superior e Onde Estamos + sub telas, sugerindo um valor de R\$ 1.200,00 (hum mil e duzentos reais) em sua planilha de custos. Sabemos que nenhum profissional liberal ou empresa praticaria este valor e o mesmo é inexecutável. Temos aqui um mesmo problema apontado anteriormente onde o custo de execução deste item não sai por menos de R\$ 10.000,00 (dez mil reais). Conforme exemplo abaixo mostramos o que o Sindicato de Agência Sinapro (Sindicato este que devemos seguir conforme pede o edital) sugere como valor a ser praticado. Se considerarmos que a agência concederia o limite máximo de desconto de 30% conforme pede o Edital, o valor final deste Hot Site seria de R\$ 10.500,00 (dez mil e quinhentos reais). Mais um item que se somados a tantos outros incorretos a agência ultrapassou o limite estipulado em edital.

4	Blogs, fóruns e hotsites (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$ 15.000,00
----------	---	---------------

TABELA SINAPRO/SC NUMERO 39

6. Na página 11 do plano de comunicação a agência FOCO comete mais um erro. Neste item a agência cita que os custos de produção e mídia são de tabela cheia, mas que na efetivação do plano de





mídia, os valores serão negociados e terão um melhor aproveitamento de espaço. Esta informação além de ser tendenciosa infringe o item 11.3.4.3, que pede que na simulação de mídia e não mídia deve ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos ou seja aplicado o valor líquido e não bruto. Aqui é notório que agência aplicou valor cheio, sendo que a TEMPO BRASIL atendendo ao pedido em edital, aplicou valor líquido em todos seus orçamentos, pois é o exigido. Isso além de prejudicar a TEMPO BRASIL e demais licitantes, ainda identifica a FOCO por não ter aplicado o valor líquido como pedido e sim valor bruto como ela mesma menciona. Para comprovar ainda tamanho erro a agência FOCO aplica o valor líquido somente para a Rádio Betel ao valor de R\$ 3,34 a inserção. Os demais veículos a licitante não cumpre o exigido no edital. É claro que não foi cumprido o estipulado em edital e a agência usando um formato diferente do pedido identifica sua via no envelope No 1. Anexo a este recurso inserimos algumas tabelas de valores para que seja feito a conferência e identifique-se os erros graves cometidos.

O EDITAL É CLARO E PEDE QUE:

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

7. Nobre(s) Julgador(es), a legislação é clara ao determinar que os membros deverão realizar o julgamento das propostas, atribuindo-lhes notas conforme previsão editalícia, justificando individualmente por escrito as razões que fundamentam cada nota, e a elaboração da ata de julgamento. Analisando as justificativas percebemos que a empresa FOCO





cometeu vários erros e infringiu o edital e mesmo assim tirou nota 16.6 em seu plano de mídia e a empresa TEMPO BRASIL que cumpriu criteriosamente o que pede no edital tirou no 16. Vejam que fomos prejudicados na nota pois a FOCO se beneficiou de valores e quantidades de itens que não são permitidos no edital.

8. Outrossim, a subcomissão deveria ter desclassificado a licitante “FOCO” por desrespeito a vários itens deste edital, senão vejamos:

*“Anexo I. A proposta técnica (campanha simulada) deverá ser desenvolvida observado o **limite da verba de R\$ 104.000,00 (cento e quatro mil reais)**. **Todos os custos de produção, veiculação,** deverão estar contidos na verba destinada para a campanha.” (Grifos nosso).*

9. A agência FOCO ultrapassou o valor total de seu plano de comunicação se considerando os custos não informados já relatados acima como produção de spots de rádio, custo fora de mercado de produção dos totens e custo de desenvolvimento do hot site e valores de tabelas dos veículos de comunicação que foram alterados. Ultrapassando em mais de R\$ 20.000,00 mil reais o seu plano de comunicação.

10. Dos custos de veiculação das peças criadas pela “FOCO”, na “Tabela de Distribuição de Mídia” apresentada, a agência pratica valores diferentes dos praticados pelos veículos de comunicação. Com isso, aplicando valores menores, obteve-se menor orçamento, o que é proibido e não cumpre o dever da igualdade.

10.1. Para o Jornal folha de Araquari o valor correto é de R\$ 3.141,60 líquido. O valor informado foi de R\$ 1.680,00.





10.2. Para a Rádio Menina o valor correto é de R\$ 41,20 líquido a inserção. O valor informado foi de R\$ 33,00 por inserção.

10.3. Para a Rádio Atual FM o valor correto é de R\$ 66,88 líquido a inserção. O valor informado foi de R\$ 30,00 por inserção.

11. Contudo Douto Julgador, esquece a Empresa supra que lida-se no caso em conteúdo com Licitação, regida por sua Lei Editalícia, Normas Federais, e princípios norteadores do Direito Administrativo, bem como com Verba Pública, fiscalizada pelo TCE e outros, não se podendo aumentar nem reduzir custos a bel prazer e quando bem entender, sob tal fatídico as penalidades administrativas, cíveis e criminais.

12. Nesta forma, nada mais se exige pelo fiel cumprimento das normas do edital para que não seja quebrada a isonomia entre as licitantes.

13. Aliás, a pretensão de que a licitante venha ser desabilitada, por não ter atendido às exigências editalícias encontra respaldo na legislação e firme jurisprudência, bem assim na boa doutrina, sem olvidar que encontra ressonância no próprio instrumento convocatório. Dispõe o **Artigo 3º da Lei de Licitações:**

*“Art 3º. **A licitação** destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e **será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.**”*
(Grifos nosso).





Ainda, é contido no **artigo 41** da mesma Lei: **“A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.”**

Ensina HELY LOPES MEIRELLES in *“Direito Administrativo Brasileiro”*, (2005, p. 272-273, 288, 292), sobre a igualdade entre os licitantes e afins, vide art. 3º, §1º, da Lei das Licitações, asseverando:

*“O desatendimento a esse princípio constitui a forma mais insidiosa de desvio de poder, com que a Administração quebra a isonomia entre os licitantes, razão pela qual **o Judiciário tem anulado editais e julgamentos em que se descobre a perseguição ou o favoritismo administrativo**, sem nenhum objetivo ou vantagem de interesse público.”*

(...)

*“O julgamento das propostas é ato vinculado às normas legais e ao estabelecido no edital, pelo quê **não pode a Comissão desviar-se do critério fixado, desconsiderar os fatores indicados ou considerar outros não admitidos, sob pena de invalidar o julgamento, ...”***

(...)

*“Na elaboração das propostas os licitantes deverão obedecer, tanto na forma quanto no conteúdo, ao que a Administração pede ou faculta que se lhe ofereça. **Em tema de proposta, em razão do princípio da igualdade entre os licitantes, nada se pode oferecer, considerar, aceitar ou exigir além ou aquém do edital ou do convite.**” (Grifos nosso).*

Por findar, o mesmo Autor esclarece (ob. cit., p. 306):

*“A competência para anular ou revogar é, em princípio, da autoridade superior que autorizou ou determinou a licitação, mas, **tratando-se de legalidade no julgamento, a Comissão que o proferiu poderá***





anulá-lo no recurso próprio, ao reexaminar sua decisão. (Grifos nosso).

Por analogia, em reiterados recentes, firma o Pretório
Catarinense:

*“A administração pode anular, de ofício, para que outra se realize com todas as formalidades legais, a licitação baseada em técnica e preço cujo edital contenha omissões e imprecisões quanto à obrigatoriedade de observância das especificações técnicas e **aos critérios de pontuação para o julgamento objetivo das propostas e atendimento ao interesse público.**”* (TJSC, AC em MS n. 2012.029093-6, de Concórdia, Rel. Des. Jaime Ramos, j. em 26.07.2012). (Grifos nosso).

(...)

“ADMINISTRATIVO - EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA – PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - AUSÊNCIA DE EXPOSIÇÃO DOS MOTIVOS - ARBITRARIEDADE - NULIDADE DA ATA DE JULGAMENTO E DOS ATOS POSTERIORES - DIREITO LÍQUIDO E CERTO - ORDEM CONCEDIDA - RECURSO VOLUNTÁRIO E REEXAME NECESSÁRIO IMPROVIDOS.

A previsão contida em edital de Concorrência Pública de que somente as pontuações inferiores a cinco, atribuídas às propostas técnicas, serão justificadas individualmente por escrito, infringe o princípio da motivação ao qual a Administração está submetida na prática de seus atos, inclusive no procedimento licitatório.

“No regime anterior, havia expressa referência ao princípio da motivação, o que não foi reiterado pela Lei nova. A nova redação não significa autorização para decisões não motivadas. A motivação deriva da necessidade de justificar toda e qualquer decisão





*administrativa. Assegura a racionalidade do ato e sua submissão ao direito. Facilita o exercício da fiscalização e do controle. Ainda quando seja vedado ao Judiciário investigar o mérito do ato administrativo, sempre será cabível o controle envolvendo a motivação. **O vício derivado da incompatibilidade entre a motivação e a decisão pode ser pronunciado pelo Judiciário.**" (Marçal Justen Filho. Comentários à lei de licitações e contratos administrativos, SP: Dialética, 2002, p. 72)." (TJSC, AC em MS n. 2010.033281-2, de Blumenau, Rel. Des. Sérgio Roberto Baasch Luz, j. em 03.08.2010). (Grifos nosso).*

Por fulminar ao tema, o Ilmo. Doutrinador Marçal Justen Filho ensina:

"A definição do tipo de licitação produz reflexos não apenas sobre o julgamento das propostas. O próprio procedimento licitatório, em toda sua fase externa, variará consoante o tipo de licitação. Uma licitação de técnica e preço se distinguirá de uma de menor preço já no ato convocatório, pois dele deverão constar as exigências técnicas etc.

"A necessidade de variação do procedimento deriva da investigação de questões diversas, variáveis conforme o tipo de licitação. Por exemplo, uma licitação de menor preço exige menor pesquisa acerca de questões técnicas. Não há necessidade de exames mais aprofundados sobre essas matérias. Logo, o julgamento (e o procedimento em seu todo) será concentrado em questões econômico-financeiras. Diversamente se passará em uma licitação de melhor técnica. Nenhum julgamento poderá se fazer sem minucioso exame sobre temas científicos, tecnológicos, de natureza não econômica. Por isso, a licitação em que o julgamento envolva questões técnicas acarretará procedimento mais complexo do que as de menor preço, como regra.





"Se ignorar a necessidade de adequar o procedimento ao tipo de licitação, a Administração provocará confusões, disputas e controvérsias." (Comentários à lei de licitações e contratos administrativos. 14. ed. São Paulo: Dialética, 2010, p. 617-618). (Grifos nosso).

Em mesma esteira é a r. Jurisprudência do Eg. TJSC:
"Ementa: REEXAME NECESSÁRIO EM MANDADO DE SEGURANÇA. ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. INOBSERVÂNCIA DE EXIGÊNCIA DO EDITAL. IMPOSSIBILIDADE. VINCULAÇÃO AOS SEUS TERMOS. SENTENÇA MANTIDA. REMESSA DESPROVIDA. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu. (MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 32 ed. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 274-275)." (Acórdão, Reex. em MS n. 2011.043025-2, de Chapecó, Rel. Des. CLÁUDIO BARRETO DUTRA, 4ª Câm, Dto. Púb., 13/01/2012).

Ratifica o todo exposto o Superior Tribunal de Justiça:
"(...) 3. Aceitar documentação para suprir determinado requisito, que não foi a solicitada, é **privilegiar um concorrente em detrimento de outros, o que feriria o princípio da igualdade entre os licitantes.**" (REsp 1178657 / MG, Rel. Min. MAURO CAMPBELL MARQUES, 2ª T., 21/09/2010). (Grifos nosso).

14. De tal monta, o próprio edital de concorrência já descrito acima colabora para a fundamentação da desclassificação da licitante **"FOCO PROPAGANDA."**

15. Contentura-se a Administração de Blumenau concorrer com outra Cidade no quesito beleza urbana, e o critério seria as





flores da cidade, à praça principal, ao limite de R\$ 80 mil, onde, verifica-se após que a cidade vencedora é outra – e destacou esta aos jardins de flores, chafariz, telão, academia pública, somado em R\$ 120 mil. Revisão ao concurso!

16. É pertinente salientar, no entanto, que não se confunde margem de escolha com liberdade absoluta, pois o ato discricionário deve sempre respeitar os limites legais e, segundo traduz Odete Medauar (Medauar, Odete, 2003, p 162); “*o próprio conteúdo tem de ser consentido pelas normas do ordenamento; a autoridade deve ter competência para editar; o fim deve ser o interesse público*”. Portanto o administrador não possui total liberdade, estando sempre balizado pelas imposições legais.

17. Em derradeiro, vários são os fundamentos deste, devendo por todos ou por um destes, face ambos Recorridos, sacramentar e deferir aos pedidos, sob pena de injustiça e se provocar as instâncias administrativas e judiciais, a se alcançar o almejado, tão somente seja feita a digna JUSTIÇA!

DO PEDIDO

Face ao exposto, requer a Vossas Senhorias:

a) que seja reconsiderada a decisão, para o fim de:

a.1) ser provido o presente recurso, para que a Comissão Especial pronuncie-se a desclassificação da agência “FOCO PROPAGANDA”;





a.2) Se esse não for o entendimento de Vossas Senhorias, que seja encaminhado a Autoridade Superior à qual se requer o provimento do presente recurso.

Termos em que pede deferimento.

Balneário Camboriú/SC, 16 de Agosto de 2016.



TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA
Adriano Cordeiro Pereira





ANEXOS





ORÇAMENTO PRODUÇÃO TOTENS



De: PRESS COMUNICAÇÃO VISUAL (MARA) <mara@presscomunicacao.com>
Enviado em: quarta-feira, 17 de agosto de 2016 10:58
Para: 'DEJANE | TEMPO BRASIL'
Assunto: RES: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO - URGENTE

Ola
Toten mdf 9mm com adesivo impressão digital dois lados na medida de 1x1,70m R\$ 430,00 unidade
Toten mdf 15mm com adesivo impressão digital dois lados na medida de 1x1,70m R\$ 480,00 unidade

Atenciosamente,

Mara Francini Chapiewsky Pereira
47 8406.8143



“
Qualidade
que você vê.



Impressão Digital • Adesivos, faixas, lonas para outdoor, envelopamento de veículos
Sinalização Interna • Banners, painéis, placas em PVC e acrílico
Sinalização Externa • Fachadas, backlights, frontlights, totens, letras caixa
Router • Recorte eletrônico em acrílico, PVC e MDF

De: DEJANE | TEMPO BRASIL [mailto:dejane@tempobrasil.net]
Enviada em: terça-feira, 16 de agosto de 2016 15:19
Para: 'PRESS COMUNICAÇÃO VISUAL (MARA)'
Assunto: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO - URGENTE
Prioridade: Alta

Boa tarde Mara, tudo bem?
Precisamos de um orçamento de Toten.
Gentileza providenciar.

TOTEN
Formato: 100x170cm
Material: MDF
Cores: 4x4

DEJANE | TEMPO BRASIL

De: Angela - Mega Plotagens <atendimento@megaplotagens.com.br>
Enviado em: quarta-feira, 17 de agosto de 2016 10:25
Para: 'DEJANE | TEMPO BRASIL'
Assunto: RES: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO - URGENTE
Anexos: image001.png; image002.gif; image003.png; image004.png; image005.png; image006.png

Bom dia Dejane , segue orçamento:

R\$ 380,00 unidade

Dejane, voce pode abrir o valor que voce tem para esse trabalho??

Angela

De: DEJANE | TEMPO BRASIL [mailto:dejane@tempobrasil.net]
Enviada em: terça-feira, 16 de agosto de 2016 15:18
Para: 'Angela - Mega Plotagens'
Assunto: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO - URGENTE
Prioridade: Alta

Boa tarde Angela, tudo bem?
Precisamos de um orçamento de Toten.
Gentileza providenciar.

TOTEN
Formato: 100x170cm
Material: MDF
Cores: 4x4
Adesivação Digital, Alta Resolução
Dupla Face e pés sustentação.
Quantidade: 15 unidades.

Obs.: anexo modelo do Toten.

Qualquer dúvida estou a disposição.

No aguardo urgente.

Obrigada.

Atenciosamente,

DEJANE WILKE DOGNINI
Ramal: (47) 3263.9545





TABELA PREÇO VEÍCULOS



ATUALIZADA EM 10/08/2016

Faixa Horária das 07 às 19h

Total de 170 emissoras credenciadas - ACAERT/PROJETOS

<u>CIDADE</u>	<u>EMISSORA</u>	<u>AM/FM</u>	<u>Dial</u>	<u>15"</u>	<u>30"</u>	<u>45"</u>	<u>60"</u>	<u>90"</u>
<u>Abelardo Luz</u>	Rádio Rainha das Quedas	AM	910	30,09	40,12	68,20	80,24	120,36
<u>Araranguá/Criciúma</u>	Rádio Araranguá	AM	1290	41,75	55,66	94,62	111,32	166,98
	Rádio Transamérica Hits	FM	92,5	54,45	72,60	123,42	145,20	217,80
<u>Balneário Camboriú</u>	Rádio Camboriú	AM	1290	43,43	57,90	98,43	115,80	173,70
<u>Balneário Gaivotas</u>	Rádio 93	FM	93	43,94	58,58	99,59	117,16	175,74
<u>Barra Velha</u>	Rádio Aquarela	FM	94,5	33,40	44,53	75,70	89,06	133,59
<u>Blumenau</u>	Rádio Clube	AM	1330	63,53	84,70	143,99	169,40	254,10
	Rádio Antena 1	FM	96,5	65,25	87,00	147,90	174,00	261,00
	Rádio Blumenau	AM	1260	64,67	86,22	146,57	172,44	258,66
	Rádio Globo	AM	820	94,84	126,45	214,97	252,90	379,35
	Rádio CBN	FM	99,5	100,82	134,43	228,53	268,86	403,29
	Rádio Itaberá	AM	1160	52,73	70,30	119,51	140,60	210,90
	Rádio Guararema	FM	105,5	108,75	145,00	246,50	290,00	435,00
<u>Braço do Norte</u>	Rádio Verde Vale	AM	1010	29,50	39,33	66,86	78,66	117,99
	Rádio Hiperativa	FM	96,7	32,58	43,44	73,85	86,88	130,32
<u>Brusque</u>	Rádio Diplomata	FM	105,3	42,74	56,99	96,88	113,98	170,97
	Rádio Cidade	AM	850	40,02	53,36	90,71	106,72	160,08
	Rádio Araguaia	AM	970	48,45	64,60	109,82	129,20	193,80
	Rádio Guararema	FM	107,7	108,75	145,00	246,50	290,00	435,00
<u>Coronel Freitas</u>	Rádio Continental	AM	1020	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio One	FM	96,1	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
<u>Caibi</u>	Rádio Caibi	AM	1480	32,94	43,92	74,66	87,84	131,76
<u>Caçador</u>	Rádio Caçador	FM	92,9	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Caçanjurê	AM	1110	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Transamérica Pop	FM	105,7	35,36	47,14	80,14	94,28	141,42
<u>Campos Novos</u>	Rádio Cultura	AM	1420	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Simpatia	FM	89,3	29,95	39,93	67,88	79,86	119,79
<u>Canoinhas</u>	Rádio Clube	AM	890	36,12	48,16	81,87	96,32	144,48
	Rádio Band	FM	105,1	48,42	64,56	109,75	129,12	193,68
<u>Capinzal</u>	Rádio Barriga Verde	AM	1380	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Capinzal	AM	1540	32,36	43,14	73,34	86,28	129,42
<u>Concórdia</u>	Rádio 96,3	FM	96,3	43,39	57,85	98,35	115,70	173,55
	Rádio Aliança	AM	750	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Rural	AM	840	43,39	57,85	98,35	115,70	173,55
	Rádio Atual	FM	103,5	62,70	83,60	142,12	167,20	250,80
<u>Corupá/Joinville</u>	Rádio Vertical	FM	99,9	31,94	42,59	72,40	85,18	127,77
<u>Curitibanos</u>	Rádio Movimento	FM	98,9	33,40	44,53	75,70	89,06	133,59
	Rádio Coroado	AM	1140	30,13	40,17	68,29	80,34	120,51

<u>Criciúma</u>	Rádio Hulha Negra	AM	1450	72,78	97,04	164,97	194,08	291,12
	Rádio Voz da Vida	FM	104,3	72,78	97,04	164,97	194,08	291,12
	Rádio Eldorado	AM	570	75,00	100,00	170,00	200,00	300,00
	Rádio Eldorado	FM	89,5	82,50	110,00	187,00	220,00	330,00
<u>Cunha Porã</u>	Rádio Iracema	AM	1240	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Morada	FM	88,9	39,75	53,00	90,10	106,00	159,00
<u>Campo Erê</u>	Rádio Atalaia	AM	850	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
<u>Chapecó</u>	Rádio Chapecó	AM	1330	47,33	63,11	107,29	126,22	189,33
	Rádio Super Condá	AM	610	48,74	64,98	110,47	129,96	194,94
	Rádio Antena 1	FM	107,1	62,71	83,61	142,14	167,22	250,83
<u>Descanso</u>	Rádio Progresso	AM	590	35,63	47,50	80,75	95,00	142,50
<u>Dionísio Cerqueira</u>	Rádio Fronteira	FM	94,3	36,71	48,95	83,22	97,90	146,85
	Rádio Fronteira	AM	570	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Portal	FM	91,1	36,71	48,95	83,22	97,90	146,85
<u>Florianópolis</u>	Rádio Guararema	AM	1230	108,75	145,00	217,50	290,00	435,00
	Rádio Guarujá	AM	1420	81,68	108,90	163,35	217,80	326,70
	Rádio Mais Alegria	AM	1060	74,87	99,83	149,75	199,66	299,49
	Rádio Guararema	AM	1230	108,75	145,00	246,50	290,00	435,00
<u>Fraiburgo</u>	Rádio Fraiburgo	AM	710	28,40	37,87	64,38	75,74	113,61
<u>Faxinal dos Guedes</u>	Rádio Alternativa	FM	90,1	31,36	41,81	71,08	83,62	125,43
<u>Gaspar</u>	Rádio Sentinela	AM	1460	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio 89,7	FM	89,7	41,20	54,93	93,38	109,86	164,79
<u>Guaraciaba</u>	Rádio Raio de Luz	FM	100,5	32,40	43,20	73,44	86,40	129,60
<u>Guaramirim</u>	Rádio 105,7	FM	105,7	48,69	64,92	110,36	129,84	194,76
<u>Garuva</u>	Rádio Máxima	FM	96,7	43,92	58,56	99,55	117,12	175,68
<u>Grão Pará</u>	Rádio Stylo	FM	102,1	32,94	43,92	74,66	87,84	131,76
<u>Herval D'Oeste</u>	Rádio Líder	AM	1470	30,13	40,17	68,29	80,34	120,51
<u>Ibirama</u>	Rádio Belos Vales	AM	1360	33,67	44,89	76,31	89,78	134,67
<u>Içara</u>	Rádio Difusora 910	AM	910	39,02	52,03	88,45	104,06	156,09
<u>Imbituba</u>	Rádio Bandeirantes	AM	1010	30,22	40,29	68,49	80,58	120,87
<u>Iporã do Oeste</u>	Rádio Oeste	FM	89,5	30,22	40,29	68,49	80,58	120,87
<u>Itajaí</u>	Rádio 102	FM	102,1	53,54	71,39	121,36	142,78	214,17
	Rádio Clube Bandeirantes	AM	1350	36,35	48,47	82,40	96,94	145,41
	Rádio Band	FM	92,9	52,52	70,03	119,05	140,06	210,09
<u>Ituporanga</u>	Rádio Sintonia	AM	1310	29,45	39,27	66,76	78,54	117,81
<u>Itapiranga</u>	Rádio Itapiranga	AM	990	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
<u>Itapema</u>	Rádio Cidade 104,1	FM	104,1	43,11	57,48	97,72	114,96	172,44
<u>Itapoá</u>	Rádio Transamérica Hits	FM	102,5	52,19	69,58	118,29	139,16	208,74
<u>Imaruí</u>	Rádio Litoral	AM	1320	32,36	43,14	73,34	86,28	129,42
<u>Jacinto Machado</u>	Rádio Integração	FM	91,7	42,11	56,14	95,44	112,28	168,42

<u>Jaraguá do Sul</u>	Rádio Stúdio	FM	99,1	42,25	56,33	95,76	112,66	168,99
	Rádio Brasil Novo	AM	780	53,52	71,36	121,31	142,72	214,08
	Rádio Jaraguá	AM	1010	36,71	48,95	83,22	97,90	146,85
<u>Joaçaba</u>	Rádio Catarinense	AM	1270	36,71	48,95	83,22	97,90	146,85
	Rádio Band	FM	92,3	50,91	67,88	115,40	135,76	203,64
	Rádio Catarinense	FM	95,1	43,92	58,56	99,55	117,12	175,68
<u>Joinville</u>	Rádio 89 FM	FM	89,5	118,88	158,51	269,47	317,02	475,53
	Rádio Difusora	AM	1480	43,92	58,56	99,55	117,12	175,68
	Rádio Clube	AM	1590	104,74	139,65	237,41	279,30	418,95
	Rádio Colon	AM	1090	43,07	57,42	97,61	114,84	172,26
	Rádio Cultura	AM	1250	92,81	123,75	210,38	247,50	371,25
	Rádio Nativa	FM	103,1	75,00	150,00	255,00	300,00	450,00
<u>Lages</u>	Rádio Princesa	AM	1030	50,89	67,85	115,35	135,70	203,55
	Rádio Transamérica	FM	95,7	61,35	81,80	139,06	163,60	245,40
	Rádio Nova 101	FM	101,9	51,69	68,92	117,16	137,84	206,76
	Rádio CBN	AM	1390	43,92	58,56	99,55	117,12	175,68
	Rádio Clube	AM	690	59,40	79,20	134,64	158,40	237,60
	Rádio Band	FM	94,3	43,56	58,08	98,74	116,16	174,24
<u>Lauro Muller</u>	Rádio Cruz de Malta	AM	830	29,18	38,91	66,15	77,82	116,73
<u>Laguna</u>	Rádio Transamérica Hits	FM	103,1	56,54	75,38	128,15	150,76	226,14
	Rádio Difusora	AM	1160	30,00	40,00	68,00	80,00	120,00
	Rádio Garibaldi	AM	1270	32,36	43,14	73,34	86,28	129,42
<u>Mondai</u>	Rádio Porto Feliz	AM	1530	33,40	44,53	75,70	89,06	133,59
<u>Mafra</u>	Rádio Nova Era	FM	104,5	32,31	43,08	73,24	86,16	129,24
	Rádio São José	AM	1240	30,13	40,17	68,29	80,34	120,51
<u>Major Vieira</u>	Rádio Planalto	AM	1190	29,22	38,96	66,23	77,92	116,88
<u>Maravilha</u>	Rádio Líder	FM	92,3	32,94	43,92	74,66	87,84	131,76
	Rádio Difusora	AM	1440	32,94	43,92	74,66	87,84	131,76
<u>Massaranduba</u>	Rádio Super Nova	FM	101,9	47,19	62,92	106,96	125,84	188,76
<u>Modelo</u>	Rádio Modelo	AM	1570	32,31	43,08	73,24	86,16	129,24
<u>Morro da Fumaca</u>	Rádio 96,3	FM	96,3	38,26	51,01	86,72	102,02	153,03
<u>Orleans</u>	Rádio Guarujá	AM	960	29,22	38,96	66,23	77,92	116,88
	Rádio Luz e Vida 106,3	FM	106,3	35,26	47,01	79,92	94,02	141,03
<u>Pinhalzinho</u>	Rádio Centro Oeste	AM	1510	35,12	46,83	79,61	93,66	140,49
	Rádio Nova	FM	103,1	30,95	41,26	70,14	82,52	123,78
<u>Ponte Serrada</u>	Rádio Nambá	AM	1410	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
<u>Palmitos</u>	Rádio Entre Rios	AM	1400	35,81	47,74	81,16	95,48	143,22
	Rádio 101,5 (Produção)	FM	101,5	41,25	55,00	93,50	110,00	165,00

<u>Papanduva</u>	Rádio 89,1	FM	89,1	33,67	44,89	76,31	89,78	134,67
<u>Quilombo</u>	Rádio Coração 93,9	FM	93,9	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
<u>Rio Negrinho</u>	Rádio Rio Negrinho	AM	1570	26,46	35,28	59,98	70,56	105,84
<u>Rio do Sul</u>	Rádio Amanda	FM	101,5	32,25	43,00	73,10	86,00	129,00
	Rádio Jovem Pan News Difusora	AM	620	24,75	33,00	56,10	66,00	99,00
<u>Santa Cecília</u>	Rádio Alvorada	AM	1300	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
<u>São Carlos</u>	Rádio São Carlos	AM	1110	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
	Rádio Tropical	FM	89,7	34,94	46,59	79,20	93,18	139,77
<u>São Bento do Sul</u> <small>São Bento do Sul/Campo Alegre</small>	Rádio 89	FM	88,9	32,76	43,68	74,26	87,36	131,04
	Rádio Band	FM	91,5	32,76	43,68	74,26	87,36	131,04
<u>São Francisco</u>	Rádio São Francisco	AM	870	37,30	49,73	84,54	99,46	149,19
<u>São João Batista</u>	Rádio Clube	AM	1190	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
	Rádio Super 99	FM	99,9	31,13	41,50	70,55	83,00	124,50
<u>São Joaquim</u>	Rádio Difusora	AM	1530	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
	Rádio Nevasca	FM	104,1	42,11	56,14	95,44	112,28	168,42
<u>São Lourenço D'Oeste</u>	Rádio Doze de Maio	AM	630	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
	Rádio Nova (Viva)	FM	91,9	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
<u>São Miguel D'Oeste</u>	Rádio 103 FM	FM	103,7	51,82	69,09	117,45	138,18	207,27
	Rádio Peperi	AM	1370	51,82	69,09	117,45	138,18	207,27
	Rádio Top	FM	104,9	51,82	69,09	117,45	138,18	207,27
	Rádio Cidade AM	AM	1560	40,84	54,45	92,57	108,90	163,35
<u>Saudades</u>	Rádio Vale 90,1	FM	90,1	36,12	48,16	81,87	96,32	144,48
<u>Seara</u>	Rádio Belos Montes	AM	1450	35,66	47,55	80,84	95,10	142,65
<u>São José do Cedro</u>	Rádio Integração D'Oeste	AM	1180	31,36	41,81	71,08	83,62	125,43
	Rádio Cedro	FM	90,7	33,40	44,53	75,70	89,06	133,59
<u>São Domingos</u>	Rádio Clube	AM	1190	32,94	43,92	74,66	87,84	131,76
<u>Sombrio</u>	Rádio Mampituba	FM	99,5	42,11	56,14	95,44	112,28	168,42
	Rádio 102	FM	102,9	73,90	98,53	167,50	197,06	295,59
<u>Taió</u>	Rádio Educadora	AM	1440	27,77	37,02	62,93	74,04	111,06

<u>Tangará</u>	Rádio Tangará	AM	1570	28,55	38,06	64,70	76,12	114,18
<u>Timbó</u>	Rádio 92	FM	92,7	35,26	47,01	79,92	94,02	141,03
	Rádio Princesa	FM	99,9	35,26	47,01	79,92	94,02	141,03
	Rádio Pérola	FM	99,9	35,26	47,01	79,92	94,02	141,03
<u>Tijucas</u>	Rádio Vale	AM	950	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
<u>Tubarão</u>	Rádio Bandeirantes	AM	1090	59,67	79,56	135,25	159,12	238,68
	Rádio Nativa	FM	98,9	62,62	83,49	141,93	166,98	250,47
	Rádio Tubá	AM	730	52,41	69,88	118,80	139,76	209,64
	Rádio Santa Catarina	AM	1210	51,46	68,61	116,64	137,22	205,83
<u>Turvo</u>	Rádio Imigrantes	AM	1550	31,36	41,81	71,08	83,62	125,43
<u>Tunápolis</u>	Rádio Tunaporã	AM	1260	35,63	47,50	80,75	95,00	142,50
<u>Treze Tílias</u>	Rádio Tropical	FM	99,1	30,59	40,78	69,33	81,56	122,34
<u>Três Barras</u>	Rádio Transamérica Hits	FM	106,7	36,17	48,22	81,98	96,45	144,67
<u>Urussanga</u>	Rádio Marconi	AM	780	32,76	43,68	74,26	87,36	131,04
<u>Urubici</u>	Rádio Gralha Azul	AM	1070	38,89	51,85	88,15	103,70	155,55
<u>União da Vitória</u>	Rádio Verde Vale Fm	FM	94,1	39,00	52,00	88,40	104,00	156,00
	Rádio Super Rádio União	AM	1070	27,00	36,00	61,20	72,00	108,00
<u>Videira</u>	Rádio Transamérica	FM	102,9	38,89	51,85	88,15	103,70	155,55
	Rádio Videira	AM	790	34,45	45,93	78,08	91,86	137,79
	Rádio Vitória	AM	1320	32,49	43,32	73,64	86,64	129,96
<u>Xaxim</u>	Rádio Cultura	AM	1490	35,81	47,74	81,16	95,48	143,22
<u>Xanxerê</u>	Rádio Difusora	AM	960	36,71	48,95	83,22	97,90	146,85
	Rádio Princesa	AM	1130	40,48	53,97	91,75	107,94	161,91
	Rádio 101	FM	101,3	42,07	56,09	95,35	112,18	168,27
	Rádio Momento	FM	97,9	35,66	47,55	80,84	95,10	142,65

Total de 170 emissoras credenciadas

CONDIÇÕES COMERCIAIS

Testemunhal com comunicadores: Acréscido de 100% sob consulta prévia.

Comercial determinado: acréscimo de 30%, sob consulta prévia.

Critério de conversão: 45" = 30" x 1.7

Vencimento 15 dias fora o mês.

Enviar material até 24 horas de antecedência.

DEJANE | TEMPO BRASIL

De: Opec <opec@radiomenina.com.br>
Enviado em: quinta-feira, 21 de julho de 2016 09:30
Para: 'DEJANE | TEMPO BRASIL'
Assunto: RES: Inserção Rádio Menina

Bom dia!

Inserções rotativas de 30" – tabela R\$ 51,50 com desconto especial de 30% = R\$ 36,05 e para
Inserções de 15" – tabela R\$ 25,00 com desconto especial R\$ 17,50 unitário.

Duvida estou a disposição.

Att.



3X MAIS
gostosa de ouvir

Andreia Bertoglio
Opec
opec@radiomenina.com.br

Avenida do Estado, Nº 1555 – Centro Executivo Ene Esse
Pioneiros - Balneário Camboriú - SC - CEP 88331-900
Fone: (47) 2103-6000

*Antes de imprimir pense em seu compromisso com o Meio Ambiente e redução de Custos.

GRUPO
MARÇAL SOUZA

De: DEJANE | TEMPO BRASIL [mailto:dejane@tempobrasil.net]
Enviada em: quinta-feira, 21 de julho de 2016 09:17
Para: Opec
Assunto: RES: Inserção Rádio Menina

Bom dia Andreia,
Tens retorno quanto a nossa solicitação?

No aguardo.

Obrigada.

Atenciosamente,

DEJANE WILKE DOGNINI
Ramal: (47) 3263.9545



TEMPOBRASIL
MULTIAGÊNCIA



Fone: 47 3263.9500 | www.tempobrasil.net

 /tempobrasil

 @tempobrasil

 @tempobrasil

 tempobrasilonline

DADOS CADASTRAIS

Razão Social: Anima editora e Publicidade Ltda

CNPJ: 19.279.227/0001-46

Endereço

Rua das Orquídeas 275 sala 01, Itinga

Araquari - SC - Brasil

89245-000

DADOS TÉCNICOS

Periodicidade: mensal

Tiragem: 3000

Fechamento: 1ª quinzena

Circulação: 1ª quinzena

Largura da mancha: 26,00 cm

Altura da mancha: 35,00 cm

Nº de Colunas: 6

HISTÓRICO E EVOLUÇÃO

A Folha de Araquari é o jornal local de Araquari mais antigo em circulação, com periodicidade quinzenal, circulando em São Francisco do Sul, Araquari e no bairro Itinga de Joinville. Conteúdo dinâmico priorizamos a informação local, procurando levar a nossos leitores informação dinâmica e de boa qualidade, com a isenção que todo veículo de comunicação deve ter.

PÚBLICO ABRANGIDO

Nosso Público caracteriza-se pela faixa etária dos 25 aos 65 anos. Público que se interessa por conteúdo dinâmico e coerente, focado no que acontece na sua cidade e região. São mais 180 pontos fixos de entrega, totalmente gratuito.

DESTAQUES E RECONHECIMENTOS

Projeto Conhecendo Santa Catarina, com cadernos especiais como Rota da Serra com matérias sobre os principais pontos turísticos da Serra Catarinense, Especial Araquari no qual fizemos um resgate todos os anos da história de Araquari, seu povo sua cultura e suas tradições.

Sede em **Araquari - SC**

24.810 habitantes

Região **Norte**

SDR de **Joinville**

O jornal circula também em: Joinville; São Francisco do Sul.

Abrangendo **80.591** habitantes



TABELA DE PREÇOS**Noticiário (cm/col)**

1ª Página R\$ 168,52

ALESC R\$ 38,08

Varejo / Indústrias / Serviço R\$ 34,00

Publicações Legais Documentos Periódicos R\$ 25,74

Governo Federal / Ministérios / Bancos Públicos R\$ 37,40

Anúncios em policromia acrescer 35% (sob consulta)

Classificados (cm/col)

destacado R\$ 17,60

Titulado R\$ 13,20

Encartes (milheiro)

Lâmina R\$ 396,00

Calculo $\frac{1}{2}$ página

6 colunas \times 17,5 cm = 105

105 \times 37,40 = R\$ 3.927,00

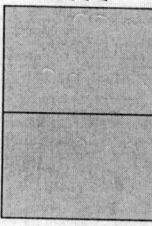
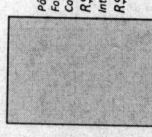
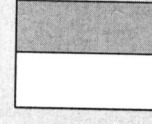
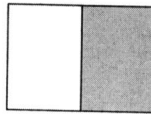
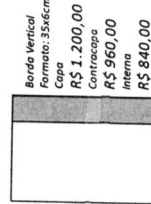
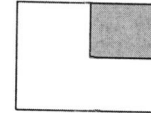
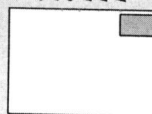

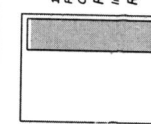
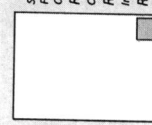
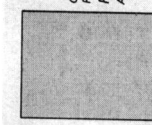
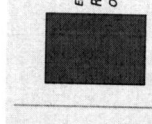
Salor líquido = R\$ 3.141,60



Folha de Araquari
O Jornal feito para você!

Tabela de Preços

Formato: Tablóide
Períodicidade: Quinzenal
Tiragem: 6.000 exemplares/mês
Circulação: Araquari, São Francisco do Sul e Balneário Barra do Sul,

<p>Página Dupla Formato: 53,4x35cm Interna R\$ 3.000,00</p> 	<p>Página Formato: 25x35cm Contracapa R\$ 2.400,00 Interna R\$ 2.040,00</p> 	<p>1/2 Página Vertical Formato: 13,05x35cm Contracapa R\$ 1.440,00 Interna R\$ 1.200,00</p> 
<p>1/2 Página Horizontal Formato: 25x17,9cm Contracapa R\$ 1.200,00</p> 	<p>Borda Vertical Formato: 35x6cm Capa R\$ 1.200,00 Contracapa R\$ 960,00 Interna R\$ 840,00</p> 	<p>1/4 Página Formato: 13,05x17,9cm Contracapa R\$ 960,00 Interna R\$ 840,00</p> 
<p>Compartilhada Formato: 5,3x8,4cm Contracapa R\$ 800,00 Interna R\$ 600,00</p> 	<p>Redapê Formato: 25x5cm Capa R\$ 1.200,00 Contracapa R\$ 800,00 Interna R\$ 740,00</p> 	<p>1/3 Página Formato: 10,2x31,98cm Contracapa R\$ 4.000,00 Interna R\$ 3.500,00</p> 
<p>Selo Formato: 6x5cm Capa R\$ 800,00 Contracapa R\$ 500,00 Interna R\$ 400,00</p> 	<p>Capas Folhas Formato: 35x25cm R\$ 5,50 A unidade</p> 	<p>Encartes R\$ 500,00 O milheiro</p> 

9