



## ENGENHO DE IDEIAS

ILMA. SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ERECHIM, RS

Concorrência nº 03/2018

Contratação de agência de publicidade e propaganda

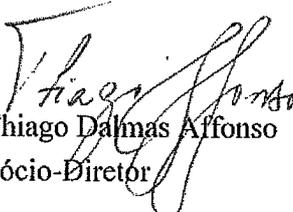
|   |                 |       |              |
|---|-----------------|-------|--------------|
| Protocolo nº  | <u>570/19</u>   |       |              |
| Data:   | <u>23/07/19</u> | Hora: | <u>11:30</u> |
|  |                 |       |              |
| Responsável/Setor Licitações<br>Prefeitura Mun. de Erechim                          |                 |       |              |

JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., sociedade empresária de direito privado já qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, por seu representante legal que firma o presente petítório, vem, respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, apresentar **IMPUGNAÇÃO** aos recursos interpostos, o que faz com fulcro no § 3º do artigo 109 da Lei 8.666/93 e na forma das razões de fato e de direito que a seguir expõe à apreciação desta colenda Comissão de Licitação.

Requer digno-se esta Comissão a receber a impugnação apresentada e, no caso de ser considerada a observação da impugnada, a encaminhá-la à autoridade superior, a fim de decidir em última instância administrativa.

Termos em que pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 23 de julho de 2019.

  
Thiago Dalmas Affonso  
Sócio-Diretor



**ENGENHO DE IDEIAS**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 03/2018**

**RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO**

**RECORRENTES**

*AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA.*

*FOCO PROPAGANDA LTDA.*

**DOUTA COMISSÃO**

## **1 DAS RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO**

As concorrentes Agência de Publicidade Tig Ltda. e Foco Propaganda Ltda. apresentaram recursos postulando, entre outras matérias, a desclassificação desta impugnante. Não assiste razão a qualquer dos pleitos em questão. Abaixo vão os fatos e fundamentos jurídicos que autorizam tal conclusão.

### **1.1 DO ITEM BANNER WEB**

A recorrente Tig apresentou razões recursais alegando descumprimento, por esta impugnante, de norma do edital, na proposta técnica.

Inicialmente, cabe destacar que a irresignação da recorrente é intempestiva. Ela já foi expressada no recurso apresentado na fase adequada da licitação, e já foi efetiva (e corretamente) rechaçada por esta Comissão Permanente de Licitação. A matéria está preclusa, não cabendo mais recurso a seu respeito.



## ENGENHO DE IDEIAS

Ademais, a Tig induziu a Subcomissão em erro, resultando em reatribuição de notas após as propostas já estarem identificadas, alterando a ordem de classificação das licitantes, o que vai frontalmente de encontro à legislação especial, como já afirmamos em manifestação própria, e o que poderá gerar eventual correção por meio de ação judicial própria.

De qualquer modo, esclarecemos que o pleito é completamente infundado e somente reitera a desatenção da Tig com o edital, além de capacidade técnica questionável por sua parte. Senão vejamos: o edital aponta, no item 4.2.3.1, que a peça para internet deve ser um “banner on line com formato e tamanho estipulado a critério do licitante”. Como uma simples leitura da frase deixa claro, o formato e o tamanho do banner são definidos pela agência concorrente, e formato e tamanho são características distintas desta peça. Não há qualquer possibilidade de dúvida em relação a tal questão.

Esclarecido isso, é fato sabido que existem diversos formatos e modelos de banners para a internet. Quando falamos em formato, não estamos nos referindo apenas à largura e à altura definida por pixels. Estamos falando também nos tipos, que são vários: pop up, expansivo, estático, animado e outros. Todos esses são banners on line e, como o edital deixou a critério do licitante a decisão sobre formato, qualquer um deles poderia ser utilizado.

Foi o que a JSMAX fez. Ao contrário do que a Tig afirma, não foram apresentados 04 (quatro) banners, mas apenas 01 (um) banner, do tipo animado. Ou seja, trata-se de um banner com quatro telas em sequência, animadas, o que garante mais dinamismo à mensagem e permite transmitir mais informações sem que a peça fique poluída devido à quantidade de conteúdo.

O fato de se tratar de apenas um banner em quatro etapas é óbvio. Percebe-se claramente que as informações expostas nas quatro telas são complementares e que há uma ordem em sua leitura:

1. Conceito principal da campanha;
2. Apresentação do serviço (Linha de Turismo Erechim);
3. Descrição dos diferenciais e atrações do serviço; e
4. Call to action e dados do anunciante.



## ENGENHO DE IDEIAS

Isoladamente, elas não fazem sentido; apenas juntas ganham coerência. Caso fossem peças distintas, a assinatura da Prefeitura de Erechim deveria estar presente em todas, o que não ocorre.

Ou seja, a apresentação das peças pela JSMAX segue restritamente todas as regras estabelecidas no edital. E, vale dizer que, se o edital solicita a criação de um banner on line e a agência imediatamente supõe se tratar de um banner estático, simples, isso pesa contra a capacidade criativa da agência, assim como o conhecimento em relação às possibilidades que o meio digital oferece. É obrigação de uma agência sempre sugerir ideias e formatos diferenciados quando há possibilidade de fazê-lo.

Da argumentação apontada pela Tig, somente duas são as possibilidades: (1) a recorrente não tem nenhum conhecimento técnico necessário para a atuação no ramo, ou (2) a recorrente age na mais absoluta má-fé, distorcendo os acontecimentos de maneira esdrúxula e sem sentido.

Considerando a sua colocação na pontuação geral, o mais provável é a segunda hipótese: absoluta má-fé, como toda a atuação da Tig vem se demonstrando até aqui.

Salientamos ainda que, enquanto não existir impressão animada, a única forma de ilustração em papel do formato adotado pela impugnante para a apresentação do banner é a de demonstração sequencial, em imagens distintas, dos quadros que compõem o banner.

Finalmente, a Subcomissão Técnica demonstrou, nas suas considerações finais, completo equívoco ao reconhecer a apresentação de quatro modelos.

**HÁ TÃO SOMENTE UM MODELO DE BANNER, ANIMADO, COM QUATRO QUADROS, COMO PERMITE O EDITAL.**

Reiteramos em fonte garrafal, pois se a Subcomissão Técnica não se atentou ao fato, mesmo com esclarecimento na proposta técnica, mesmo com esclarecimentos estendidos na impugnação formulada ao recurso da Tig na fase própria, talvez o destaque em fonte maior facilite a compreensão do cerne da questão.



## ENGENHO DE IDEIAS

Por todo o exposto, não deve ser conhecida a matéria veiculada no recurso da Tig, haja vista a sua intempestividade e a preclusão do seu objeto, na forma da fundamentação. Caso seja conhecido o recurso, no tema, deverá ser desprovido.

### 1.2 DA ALEGAÇÃO DE PREÇO ZERO

A Tig e a Foco alegam que a proposta de preço da impugnante violaria o art. 44, § 3º, da Lei 8.666/93, que constituiria preço zero, valor simbólico ou inexequível. A Tig, utilizando da má-fé que vem permeando a sua atuação ao longo do processo licitatório desde o seu início, chega ao disparate de sugerir que a impugnante possa estar recebendo “por debaixo dos panos”!

**EM PRIMEIRO LUGAR**, esta impugnante, em momento algum, violou o art. 44, § 3º, da Lei 8.666/93. Não foi apresentada proposta com preço zero, muito menos simbólico, irrisório ou inexequível. A proposta de preço apresentada pela impugnante já derruba por completo o arrazoado das recorrentes.

São duas as relevantes fontes de remuneração de uma agência de publicidade e propaganda. Uma delas, a remuneração sobre os serviços desenvolvidos internamente na agência, de acordo com os valores previstos na Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/RS, valores estes onde será aplicado o desconto de 80% oferecido pela JSMax (o mesmo da Tig, inclusive). A outra provém do desconto-padrão de 20% sobre o valor das contratações de mídia que a agência encaminhar aos veículos de divulgação por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Erechim (conforme as leis 4.680/65 e 12.232/2010, bem como as Normas-Padrão da Atividade Publicitária (item 2.5.1)).

Além disso, consta da proposta de preço apresentada a declaração de que os percentuais cotados incluem todos os custos e despesas inerentes ao objeto licitado, tais como: custos com material, mão de obra, taxas, impostos, deslocamentos, encargos sociais e trabalhistas, **lucro do empreendimento** e quaisquer outros que possam influir direta ou indiretamente no custo do objeto licitado.



## ENGENHO DE IDEIAS

O que a JSMAX não fez, na sua proposta, foi inserir honorários sobre serviços de terceiros em duas categorias bastante específicas, como pode ser extraído **explicitamente** da proposta:

- 2) [...] serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei 4.680/1965 [...]
- 3) [...] serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logótipos e de outros elementos de comunicação visual [...]

É importante salientar que a proposta de preço traz uma composição de remunerações que são aplicadas em diferentes combinações para a remuneração dos trabalhos desenvolvidos e gerenciados pelas agências. Vejamos rápidos dois exemplos:

### EXEMPLO 1: CRIAÇÃO E VEICULAÇÃO DE UM ANÚNCIO FORMATO PÁGINA INTEIRA NO JORNAL BOM DIA, DE ERECHIM.

Valor para a criação, finalização e supervisão da peça (item 192 da tabela de preços do SINAPRO/RS): .....R\$ 5.653,66  
Valor com desconto de 80%: .....R\$ 1.130,73  
Veiculação do anúncio página inteira no Jornal Bom Dia (6 colunas x 36 cm de altura = 216 cm/col x R\$ 57,00 (colorido)): .....R\$ 12.312,00 cada anúncio  
(Anexo I – tabela de preços do Jornal Bom Dia)

Aplicando-se a remuneração da JSMAX (desconto-padrão de 20%, conforme as leis 4.680/65 e 12.232/2010, bem como as Normas-Padrão da Atividade Publicitária (item 2.5.1) o valor cobrado pela JSMAX, sobre a veiculação do anúncio, será de R\$ 2.462,40.

Logo, a remuneração da JSMAX pela concepção, execução e distribuição de propaganda, será de R\$ 3.593,13 (R\$ 1.130,73 + R\$ 2.462,40).

Com base nessas informações, questionamos:

1. A remuneração de R\$ 3.593,13 para o envolvimento com um único anúncio de jornal é simbólica, igual a zero ou inexecutável?
2. Quanto a TIG pretende faturar com um único anúncio de jornal?

Pelos fundamentos apresentados no recurso, se a resposta para a segunda pergunta for um valor inferior a R\$ 3.593,14, a pretensão da Tig corresponde a um *venire contra factum proprium*, e ela estará tentando beneficiar-se da própria torpeza. Por outro lado, se a resposta para a segunda pergunta for um valor igual ou superior a R\$ 3.593,14, a sua proposta de preço unitário para a prestação de serviço idêntico é inferior à desta impugnante.

**EXEMPLO 2: CRIAÇÃO DE CARTAZ PARA COMUNICAÇÃO INTERNA E IMPRESSÃO DE 30 UNIDADES.**

|   |              |
|---|--------------|
| Valor para a criação, finalização e supervisão da peça (item 25 da tabela de preços do SINAPRO/RS): ..... | R\$ 9.592,10 |
| Valor com desconto de 80%: .....  | R\$ 1.918,42 |
| Impressão de 30 cartazes (honorários de 0% sobre terceiro fornecedor): .....                              | R\$ 120,00   |

*(Anexo II – orçamento de impressão dos cartazes)*

Logo, a remuneração da JSMAX pela criação e gerenciamento de impressão será de R\$ 1.918,42 (R\$ 1.918,42 + R\$ 0,00).

Com base nessas informações, mais uma vez, questionamos:

1. A remuneração de R\$ 1.918,42 para o envolvimento com a criação e gerenciamento da impressão de 30 cartazes é simbólica, igual a zero ou inexecutável?
2. Quanto a TIG pretenderia faturar com a criação e gerenciamento de impressão de 30 cartazes?

Mais uma vez, pelos fundamentos apresentados no recurso, se a resposta para a segunda pergunta for um valor inferior a R\$ 1.918,43, a pretensão da Tig corresponde a um *venire contra factum proprium*, e ela estará tentando beneficiar-se da própria torpeza. Por outro lado, se a resposta para a segunda pergunta for um valor igual ou superior a R\$ 1.918,43, a

sua proposta de preço unitário para a prestação de serviço idêntico é inferior à desta impugnante.

**EM SEGUNDO LUGAR**, o argumento utilizado pela Tig no seu recurso somente ilustra, **mais uma vez, a reiterada má-fé com a qual a concorrente vem se portando no processo licitatório.**

A recorrente sabe que a proposta desta impugnante não contém valor irrisório ou inexequível. Tanto sabe, que na sua própria proposta, os honorários cobrados sobre serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, é de 1%. Quer dizer, ela alega que a JSMAX está cobrando abaixo do recomendado nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, sendo que ela própria cobra abaixo do percentual mínimo recomendado.

A recorrente utiliza as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, novamente tentando induzir a Comissão em erro. Isso porque elas dispõem, claramente:

3.11. Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1. Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2. O disposto neste item aplica-se à:

a. reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;

**b. negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;**

**c. negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;**

d. negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.



## ENGENHO DE IDEIAS

O dispositivo acima colacionado contém exceção expressa quanto à possibilidade de supressão de honorários sobre serviços de terceiros em contratos com a Administração Pública.

A ementa do julgado do TJRS apontada no recurso da Tig, da mesma forma que todo o restante do seu arrazoado, mais uma vez, demonstra má-fé e tentativa de induzir a Comissão em erro. Isso porque, da sua simples leitura, extrai-se que, naquele caso, a licitante apresentara proposta **sem estimativa de lucro**, com operação em prejuízo.

Como já esclarecemos acima, a nossa proposta tem **clara estimativa remuneratória**, devidamente apontada e discriminada seguindo todas as exigências do edital, com custos internos e externos, desconto padrão aplicável e valores conforme a tabela oficial do SINAPRO/RS — o que, por si só, afasta qualquer possibilidade de alegação de inexecutabilidade.

**Em realidade, tudo o que a Tig faz, desde o início do processo, é tentar induzir tanto a Subcomissão Técnica quanto esta Comissão Permanente de Licitação em erro, inúmeras e repetidas vezes, com o único intuito de se locupletar às custas dos demais licitantes e da própria Administração Pública.**

O que ocorreu foi que a impugnante apresentou uma proposta que melhor atendia ao interesse público, expressado objetivamente na fórmula de cálculo contida no item 8.3.1 do edital:

### 8.3.1 Cálculo da Nota Final:

$(+P1) + (-P2) + (-P3) = \underline{\quad} \times 100 = \text{Pontuação da Proposta Comercial (PPC)}$

**OBS:** Para efeito de cálculo da notas de cada licitante, os termos **desconto e honorários**, serão substituídos nas fórmulas da coluna “Pontuação máxima” pelas respectivas percentagens que constarem na planilha de quantitativos e custos do licitante, sem o símbolo %.



## ENGENHO DE IDEIAS

É importante destacar que a fórmula acima claramente traduz o termo “melhor preço” como o mais eficiente, e não necessariamente o menor.

A pontuação da JSMAX, nesta fase da licitação, somente reflete os princípios da eficiência e da seleção da proposta mais vantajosa, ambos aplicáveis a todo e qualquer procedimento licitatório.

Sobre o princípio da eficiência, Marçal Justen Filho<sup>1</sup> doutrina:

Não bastam honestidade e boas intenções para a validação de atos administrativos. Exige-se que a solução mais conveniente e *eficiente* sob o ponto de vista da gestão dos recursos públicos. Toda atividade administrativa envolve uma relação sujeitável a enfoque de custo-benefício. O desenvolvimento da atividade implica a produção de custos em diversos níveis. Assim, há custos relacionados com o tempo, com a mão de obra etc.

A eficiência consiste em considerar a atividade administrativa sob prisma econômico e político. Como os recursos públicos são escassos, é imperioso que sua utilização produza os melhores resultados econômicos, do ponto de vista quantitativo e qualitativo. Há dever de eficiência gerencial que recai sobre o agente público.

No que tange à licitação, é no edital que estão previstos os critérios definidores do que será considerado maior eficiência, especialmente no que diz respeito à proposta de preço. Como dito acima, é a fórmula do item 8.3.1 do edital que, aplicada sobre cada uma das propostas, resultará na obtenção da de maior eficiência.

Da mesma forma, o princípio da obtenção da proposta mais vantajosa, conforme descreve Justen Filho:<sup>2</sup>

A vantajosidade propriamente dita consiste na relação custo-benefício contemplada na proposta apresentada pelo licitante. Há um ângulo de vantagens propiciadas à Administração pela proposta, a que corresponde um conjunto de encargos. A proposta será tanto mais vantajosa quanto maiores forem os benefícios e menores os encargos

<sup>1</sup> JUSTEN FILHO, Marçal. *Curso de Direito Administrativo*. 9ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 501.

<sup>2</sup> JUSTEN FILHO, Marçal. *Op. cit.* p. 510-511.



## ENGENHO DE IDEIAS

para a Administração. Em muitos casos, o edital estabelece de modo preciso e predeterminado uma das facetas da vantajosidade. [...]

O conceito de vantajosidade está estreitamente vinculado àquele de eficiência. A proposta mais vantajosa será normalmente a mais eficiente, pois é a que concede mais vantagens à Administração Pública com menos encargos. Neste ponto, mais uma vez reportamo-nos à fórmula do item 8.3.1.

EM TERCEIRO LUGAR, não se há de falar em inexecuibilidade tão somente pela ausência de cobrança de honorários sobre serviços de terceiros em situações específicas. A prática é absolutamente comum nas licitações de serviços de publicidade e propaganda. Tanto que, das propostas apresentadas, duas contêm previsão de 0% sobre honorários sobre os itens especificados.

Além disso, esta impugnante, atualmente, mantém 2 contratos com 0% de honorários sobre terceiros (CREMERS e SEMASA de Itajaí/SC), um contrato com 0,75% e 0,5% (Prefeitura de Venâncio Aires) e um contrato com 1,5% (Prefeitura de Garibaldi). Todos estes contratos vêm sendo cumpridos nos exatos termos da contratação. A impugnante, que já adjudicou dezenas de contratos em licitações, jamais requereu reequilíbrio econômico-financeiro, o que somente vem evidenciar a sua idoneidade e a exequibilidade das suas propostas de preço.

Em última análise, caso entenda esta Comissão que a proposta desta impugnante demonstra sinais de inexecuibilidade (o que admitimos apenas para fins argumentativos e em cumprimento ao princípio da eventualidade), deverá ser observada a Súmula 262 do TCU:

O critério definido no art. 48, inciso II, § 1º, alíneas “a” e “b”, da Lei nº 8.666/93 conduz a uma presunção relativa de inexecuibilidade de preços, devendo a Administração dar à licitante a oportunidade de demonstrar a exequibilidade da sua proposta.

Da mesma forma, o entendimento do STJ:

RECURSO ESPECIAL. ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. PROPOSTA INEXEQUÍVEL. ART. 48, I E II, § 1º, DA LEI 8.666 /93. PRESUNÇÃO RELATIVA. POSSIBILIDADE DE COMPROVAÇÃO PELO LICITANTE DA



## ENGENHO DE IDEIAS

**EXEQUIBILIDADE DA PROPOSTA. RECURSO DESPROVIDO.** 1. A questão controvertida consiste em saber se o não atendimento dos critérios objetivos previstos no art. 48, I e II, § 1º, a e b, da Lei 8.666 /93 para fins de análise do caráter exequível/inexequível da proposta apresentada em procedimento licitatório gera presunção absoluta ou relativa de inexequibilidade. 2. **A licitação visa a selecionar a proposta mais vantajosa à Administração Pública, de maneira que a inexequibilidade prevista no mencionado art. 48 da Lei de Licitações e Contratos Administrativos não pode ser avaliada de forma absoluta e rígida. Ao contrário, deve ser examinada em cada caso, averiguando-se se a proposta apresentada, embora enquadrada em alguma das hipóteses de inexequibilidade, pode ser, concretamente, executada pelo proponente.** Destarte, a presunção de inexequibilidade deve ser considerada relativa, podendo ser afastada, por meio da demonstração, pelo licitante que apresenta a proposta, de que esta é de valor reduzido, mas exequível. 3. Nesse contexto, a proposta inferior a 70% do valor orçado pela Administração Pública (art. 48, § 1º, b, da Lei 8.666 /93) pode ser considerada exequível, se houver comprovação de que o proponente pode realizar o objeto da licitação [...]

*(STJ. REsp 965839 / SP. RECURSO ESPECIAL 2007/0152265-0. Relator(a): Ministra DENISE ARRUDA (1126). Órgão Julgador: T1 - PRIMEIRA TURMA. Data do Julgamento: 15/12/2009. Data da Publicação/Fonte: DJe 02/02/2010.)*

Reiteramos, entretanto, que a nossa proposta está dentro da normalidade das propostas de preço nas licitações de publicidade e propaganda, como reconhece até mesmo o Conselho Executivo das Normas-Padrão no item 3.11.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, já colacionada acima, sendo a supressão de honorários sobre serviços de terceiros prática corriqueira no meio, nenhum reparo havendo de ser feito sobre a decisão recorrida.

## 2 CONCLUSÃO

ANTE O EXPOSTO, a impugnante requer digne-se esta respeitável Comissão de Licitação a receber a presente impugnação, dando-lhe o devido e legal processamento, na forma do § 3º e seguintes do art. 109 da Lei 8.666 de 1993, desprovendo os recursos das licitantes **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA. e FOCO PROPAGANDA LTDA.**, no que diz

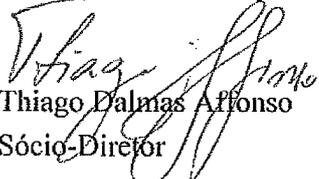


## ENGENHO DE IDEIAS

respeito à parte dos recursos direcionada a esta impugnante, conforme fundamentado acima.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 23 de julho de 2019.

  
Thiago Dalmás Affonso  
Sócio-Diretor



A Editora Bota Amarela Ltda – Jornal Bom Dia, empresa privada, estabelecida à Av. Santo Dal Bosco, 97, centro na cidade de Erechim, inscrita sob o CNPJ: 07.361.916/0001-16, com INS. ESTADUAL: 039/019887 e INS. MUNICIPAL: 42.573. Informa sua tabela de valores para o ano de 2017.

## TABELA DE PREÇOS 2018 - Editora Bota Amarela Ltda

### NOTICIÁRIOS

| COLOCAÇÃO                             | Dias úteis e Finais de semana<br>Valores(cm/col) |
|---------------------------------------|--|
| Primeira Página                       | R\$ 219,00                                       |
| Última Página                         | R\$ 142,00                                       |
| Página Determinada                    | R\$ 112,00                                       |
| Varejo- Página Indeterminada colorido | R\$ 57,00  |
| Classificados                         | R\$ 25,00  |
| Publicação legal – Editais            | R\$ 28,00  |

### CLASSIFICADOS

| Colocação                     | Valores (cm/col) |
|-------------------------------|------------------|
| Dias úteis e Finais de semana | R\$ 25,00        |
| Publicações Legais/ Editais   | R\$ 28,00        |

### COLOCAÇÕES ESPECIAIS

| Colocação                       |       |
|---------------------------------|-------|
| Anúncios com formatos especiais | + 30% |

### MEDIDAS:

Área Útil ..... 26 cm larg. x 36 cm altura

|           |         |
|-----------|---------|
| 1 Coluna  | 4 cm    |
| 2 Colunas | 8,3 cm  |
| 3 Colunas | 13 cm   |
| 4 Colunas | 17,2 cm |
| 5 Colunas | 22 cm   |
| 6 Colunas | 26 cm   |

Periodicidade ..... De Terça a sábado (sábado com data de sáb, domingo e segunda)

Tiragem ..... 17.450 Exemplares diários

### FECHAMENTO



Jornal 100% nosso

Av. Santo Dal Bosco, 97 - CEP 99700-000 - Erechim - RS  
Fone: (54) 3519-8500 - e-mail: comercial@jornalbomdia.com.br

**Reserva e entrega de autorizações um dia antes.**

**Entrega do material**

De Segunda a Sextas-feiras até às 15h

## ENCARTES

| Valor mínimo para encartes R\$ 480,00 | Dias Úteis e finais de semana |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| 1 Lâmina                              | R\$ 0,39 p/ lâmina            |
| 2 Lâminas a 4 lâminas                 | R\$ 0,33 p/ lâmina            |
| 5 Lâminas ou mais                     | R\$ 0,31 p/ lâmina            |
| Encartes parciais direcionados        | + 40%                         |

### Contatos:

**Comercial / Orçamento:** Hélio Corrêa

E-mail: [direcao@jornalbomdia.com.br](mailto:direcao@jornalbomdia.com.br)

Telefones: (54) 3520-8500 | (54) 9 9118-6982

**Envio de arte e PI:** Solange Leal da Silva

E-mail: [comercial@jornalbomdia.com.br](mailto:comercial@jornalbomdia.com.br)

Telefone: (54) 3520-8500

**Tabela válida de 01/01/ 2018 a 31/12/2018**

---

Editora Bota Amarela Ltda

CNPJ: 07.361.916/0001-16

Hélio Corrêa

Diretor Presidente



**Jornal 100% nosso**

Av. Santo Dal Bosco, 97 - CEP 99700-000 - Erechim - RS  
Fone: (54) 3519-8500 - e-mail: [comercial@jornalbomdia.com.br](mailto:comercial@jornalbomdia.com.br)





**Orçamento 0116/2019**

Erechim, 17 de Julho de 2019

A/C  
**Luiz Batista**  
**Engenho de Ideias**  
**Rua Barão do Amazonas, 426 / 301**  
**Porto Alegre / RS / Petrópolis / 90670-000**  
**51 3273.3100 / 51 98483.3683**

Prezado Cliente,  
É com satisfação que encaminhamos para sua avaliação o orçamento abaixo conforme solicitado para produção de:

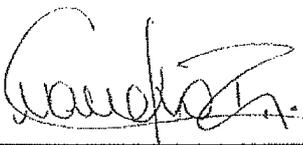
### **Impressão de Cartazes**

Item(ns) solicitado(s) do orçamento número : 0116/2019

**01 30 Cartazes**

Formato A3 (29,7 X 42cm), impressão Digital 4x0 cores em papel Couché Brilho 150 g/m<sup>2</sup>.

**Total: R\$ 120,00 Unitário: R\$ 4,00**

|   |  |
|---|--|
|  | <i>Validade da proposta : 15 dias. As quantidades poderão variar 5% para mais ou 5% para menos que serão devidamente faturadas para o cliente. A gráfica não se responsabiliza por erros de arquivos quando fornecidos pelo cliente.</i> |
| Atenciosamente,<br><br><b>GelGraf Gráfica Digital e Serviços Ltda.</b>              | Autorizo a confecção do(s) item(ns) acima assinalado(s),<br><br><b>Luiz Batista – Engenho de Ideias</b>  |