ILMO. SRA. PRESIDENTE/ AGENTE DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÕES DO MUNICÍPIO DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE/CE

RAZÕES RECURSAIS

RECORRENTE: SG PROPAG

RECORRIDA: AGÊNCIA MULATO

CONCORRÊNCIA Nº, 029.2025- SEGOV
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS JUNTO A PÚBLICOS DE INTERESSE DA SECRETARIA DE GOVERNO DO MUNICÍPIO DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE/CE.

SG PROPAG COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, inscrita no CNPJ nº 07.991.409/0001-66, com sede na Avenida Dom Luís, 1040, sobreloja 1, CEP 60160-196, nesta capital, vem, com o devido respeito, por meio de seu sócio administrador Roberto Claudio Gomes Santos, brasileiro, casado, RG 20073919688, SSP/CE, CPF 243.462.403-78, residente na Rua Monsenhor Catão, 1450, apto 1400, bairro Aldeota, nesta capital, no âmbito do processo licitatório em epígrafe, com fundamento no artigo 165, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, bem como nos dispositivos pertinentes da Lei nº 12.232/2010, interpor o presente Recurso Administrativo, em face

da decisão que atribuiu à ora Recorrente a 2ª colocação e à Agência MULATO, o 1º lugar, pelas razões de fato e de direito adiante expostas:

Requer de imediato, diante da gravidade das irregularidades apontadas e do risco concreto de comprometimento dos princípios estruturantes do processo licitatório, nos termos do artigo 168 da Lei nº 14.133/2021, que o presente recurso seja recebido com efeito suspensivo, até a decisão definitiva sobre seu mérito.

I - DA TEMPESTIVIDADE

O presente recurso é devidamente tempestivo.

Nos termos da Lei nº 14.133/2021, bem como das disposições constantes do Edital, o prazo para interposição de recurso administrativo contra o julgamento das propostas é de 3 (três) dias úteis, contados a partir da publicação do resultado ou da lavratura da ata da sessão.

No caso em apreço, o resultado do julgamento das propostas técnicas foi divulgado em sessão realizada em 10 de abril de 2026, iniciando-se, a partir de então, a contagem do prazo recursal, no primeiro dia útil.

Assim, considerando que o presente recurso é interposto dentro do prazo legal e editalício, resta plenamente atendido o requisito de admissibilidade temporal, devendo o mesmo ser conhecido e processado regularmente.

II – DO PEDIDO DE RECONSIDERAÇÃO

Requer-se, por oportuno, a reconsideração da decisão que classificou as propostas das licitantes em questão, especialmente pela necessidade de desclassificação da agência MULATO (1º lugar), pela existência de vícios materiais e formais insanáveis e prejudiciais quanto a validade de sua proposta.

Noutro ponto, pugna pela reanálise quanto ao reenquadramento da classificação da agência SG PROPAG, ora Recorrente, de onde deverá ser elevada ao Primeiro lugar, por razão de justiça e regularidade processual

III– DO PEDIDO SUBSIDIÁRIO

Caso esta Comissão opte por não rever a decisão anteriormente proferida, requer-se que o presente recurso seja devidamente encaminhado à

autoridade superior competente, nos termos do artigo 166, §2º, da Lei nº 14.133/2021, para que esta proceda à apreciação final, à luz dos fatos e fundamentos ora expostos.

A Recorrente confia que o exame atento das irregularidades apontadas conduzirá à necessária revisão da ordem classificatória, com a consequente desclassificação da proposta irregular apresentada pela agência MULATO e o reposicionamento da SG PROPAG na primeira colocação, posição que lhe é de direito e da qual não deveria ter sido afastada, não fosse a indevida validação da proposta eivada de vícios.

De Fortaleza/CE para São Gonçalo do Amarante , 14 de abril de 2026.

Roberto Claudio Gomes Santos
SG PROPAG COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

ILUSTRÍSSIMO SR. JULGADOR

RAZÕES RECURSAIS

I – DOS FATOS

Trata-se de procedimento licitatório na modalidade **Concorrência nº 029.2025-SEGOV**, promovido pela Secretaria de Governo do Município de São Gonçalo do Amarante/CE, cujo objeto consiste na contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias.

Resumidamente, quanto à segunda sessão, esta fora realizada, conforme descrição da ata, aos 10 (dez) dias do mês de abril de 2026, às 09h, com a finalidade de dar continuidade ao certame, especialmente para a prática dos atos subsequentes ao julgamento das Propostas Técnicas.

Do julgamento técnico, resultaram as seguintes pontuações finais:

- **MULATO Comunicação Ltda.**: 99,90 pontos (64,90 no Invólucro nº 1 e 35,00 no Invólucro nº 3);
- **SG Propag Comunicação e Marketing Ltda.**: 97,41 pontos (62,54 no Invólucro nº 1 e 34,87 no Invólucro nº 3);
- **Register Publicidade Ltda.**: 94,85 pontos (61,42 no Invólucro nº 1 e 33,43 no Invólucro nº 3).

Diante disso, a Comissão de Contratação proclamou como vencedora da fase técnica a licitante **MULATO Comunicação Ltda.**, classificando-a em primeiro lugar, seguida da Recorrente **SG Propag Comunicação e Marketing Ltda**, em segundo lugar.

Ocorre que, conforme será demonstrado nas razões recursais, a classificação atribuída à proposta da agência MULATO Comunicação Ltda. apresenta inconsistências que comprometem a lisura do julgamento técnico, especialmente à luz

dos critérios objetivos previstos no instrumento convocatório, motivo pelo qual a Recorrente insurge-se contra o resultado proclamado.

II – DO DIREITO

Conforme já em vias de sustentação, mostra-se inadequada a manutenção da pontuação conferida à licitante MULATO, atualmente classificada em primeiro lugar.

Desde logo, verificam-se vícios relevantes na proposta apresentada pela Recorrida, sobretudo no que se refere aos requisitos exigidos para a Estratégia de Mídia e Não Mídia, onde as inconsistências identificadas não se limitam a aspectos formais ou interpretativos, mas possuem caráter substancial, sendo capazes de comprometer não apenas a pontuação atribuída, como também a própria permanência da licitante no certame.

Ao se proceder a uma análise detalhada da documentação apresentada pela licitante MULATO, especialmente no que diz respeito ao Plano de Comunicação Publicitária, evidenciam-se falhas graves e insanáveis, que comprometem a consistência técnica da proposta.

Em síntese, a proposta da Recorrida apresenta vícios formais e materiais de significativa relevância, os quais não podem ser tratados como simples falhas ou decorrência de subjetividade criativa, pois configuram violação direta ao edital, em afronta aos princípios do julgamento objetivo, da isonomia, da legalidade e da vinculação ao instrumento convocatório.

Não se está, portanto, diante de meros equívocos formais nem muito menos liberdade criativa.

Tais irregularidades, além de violarem o edital, comprometem a transparência e a credibilidade do procedimento licitatório, sendo imprescindível que esta Comissão reconheça os vícios apontados e adote as medidas cabíveis, sob pena de chancelar tratamento desigual e violação aos princípios que regem a Administração Pública.

1. DA QUEBRA DAS REGRAS PREVISTAS EM EDITAL

Um certame licitatório é um procedimento que tem base não só do ponto de vista legal, mas de natureza constitucional, em face de que a Boa Administração se constitui em um direito fundamental para todo e qualquer cidadão.

> **Art. 37, XXI - ressalvados os casos especificados na legislação, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.**

Nesta seara, quem deseja contratar com a Administração seguirá necessariamente critérios e disposições previamente estabelecidos que ditarão a forma de contratação.

Assim, o Edital define o conjunto de regras de um certame, especialmente para uniformizar a participação, concedendo a todos os participantes o conhecimento prévio das condições e critérios de participação, onde todos que almejem a contratação possam disputar de forma isonômica e objetiva.

Quando um participante quebra essa harmonia, exsurge uma ilegalidade quanto a sua participação, onde se busca um critério diferenciado de análise de sua proposta, ferindo assim o direito dos demais participantes, que buscam cumprir de maneira fiel as regras do jogo.

No caso em tela, temos que a agência Mulato Comunicação apresentou, em seu material técnico, diversas inconsistências que afrontam diretamente o Edital, configurando descumprimento objetivo das regras do certame e impondo, de forma inequívoca, a necessidade de sua desclassificação.

Nos termos do item 11.3.4.3.a, que estabelece os direcionamentos para a elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, o Edital é taxativo ao determinar que:

> "Nessa simulação: os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação."

Considerando que o Aviso de Licitação foi publicado em 28 de outubro de 2025, resta absolutamente claro que as tabelas vigentes naquele período deveriam, obrigatoriamente, ser utilizadas na simulação exigida no referido item.

Entretanto, verifica-se que a agência Mulato Comunicação incorreu em erros na aplicação dessas tabelas, adotando valores incompatíveis com aqueles vigentes à época da publicação do aviso. Tais inconsistências não são meramente formais, mas impactam diretamente o resultado financeiro da simulação apresentada.

Ao se proceder à correção dos valores utilizados, adequando-os às tabelas cheias vigentes em outubro de 2025, constata-se que o valor total da Estratégia de Mídia e Não Mídia ultrapassa a verba de R$ 500.000,00, definida no certame como verba de referência para a campanha simulada.

Dessa forma, resta evidente que a proposta técnica apresentada pela Agência 1 não atende aos parâmetros estabelecidos no Edital, uma vez que, ao respeitar corretamente as regras impostas, excede o limite orçamentário fixado, o que inviabiliza sua manutenção no certame.

Assim, diante do descumprimento expresso do item 11.3.4.3.a do Edital, bem como da ultrapassagem da verba de referência estipulada, impõe-se, de maneira objetiva e inequívoca, a desclassificação da Agência 1, em respeito aos princípios da legalidade, isonomia, vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo.

1.1. Uso incorreto de todos os valores de tabela do meio TV

Conforme se verifica na página 28 do material apresentado, a Agência 1, ao apresentar a planilha referente à simulação de mídia em Televisão, incorreu em erro na aplicação dos valores de tabela de todos os programas da emissora TV Verdes Mares, tanto no mercado CE1 quanto no mercado CE2.

A tabela de preços vigente da emissora TV Verdes Mares, disponibilizada para compras realizadas em outubro de 2025, apresenta valores distintos para os meses de outubro, novembro e dezembro de 2025. Todavia, o Edital é absolutamente claro ao estabelecer que, para fins da simulação da Estratégia de Mídia e Não Mídia, deveriam ser utilizados os preços de tabela cheia vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, qual seja, 28 de outubro de 2025.

Dessa forma, não subsiste qualquer margem para interpretação diversa: os valores de referência a serem adotados por todas as licitantes deveriam ser aqueles correspondentes à tabela de outubro de 2025, com veiculação igualmente

considerada para esse período, sob pena de violação ao princípio da isonomia, que norteia todo o procedimento licitatório.

Ressalte-se que a exigência do uso de preços de tabela tem como finalidade justamente garantir tratamento igualitário entre todas as licitantes, afastando qualquer vantagem decorrente da escolha de períodos mais vantajosos sob o ponto de vista financeiro. Admitir a utilização de valores de meses distintos implicaria quebra da comparabilidade entre as propostas, esvaziando o próprio comando editalício.

Entretanto, a agência Mulato Comunicação descumpriu tal determinação, ao adotar, em sua simulação, os valores referenciais de dezembro de 2025, em substituição aos valores corretos de outubro de 2025, conforme expressamente exigido pelo Edital.

Tal conduta configura falha grave, uma vez que os valores de dezembro de 2025 são inferiores aos valores vigentes em outubro de 2025, resultando em subavaliação artificial do custo da mídia de TV. Essa subavaliação gera vantagem competitiva indevida, permitindo à licitante economizar recursos na simulação e, consequentemente, realocar esses valores para outros meios ou ações, em prejuízo das demais concorrentes que obedeceram rigorosamente ao Edital e utilizaram os valores corretos, mais elevados.

Assim, resta evidente que a proposta apresentada pela agência Mulato Comunicação não se baseia em parâmetros isonômicos, distorcendo o equilíbrio do certame e comprometendo a igualdade de condições entre os licitantes.

Para fins de comprovação objetiva do erro cometido, apresenta-se abaixo quadro comparativo contendo:

(i) os valores utilizados pela Agência 1;

(ii) os valores corretos, conforme tabela vigente em outubro de 2025;

(iii) o recálculo da mídia de TV com a aplicação dos valores corretos, demonstrando o impacto financeiro decorrente da irregularidade apontada.

CE1	Valor usado (incorreto)	Ins.	Total	Valor correto	Ins.	Total
BOM DIA CEARÁ	2.715,00	3	8.145,00	2.768,00	3	8.304,00
ENCONTRO	2.017,00	3	6.051,00	2.135,00	3	6.405,00
CE TV 1ª EDIÇÃO	4.865,00	1	4.865,00	4.961,00	1	4.961,00
SESSÃO DA TARDE	2.438,00	2	4.876,00	2.484,00	2	4.968,00
NOVELA I	9.091,00	1	9.091,00	9.448,00	1	9.448,00
CE TV 2ª EDIÇÃO	10.368,00	1	10.368,00	10.572,00	1	10.572,00
NOVELA II	11.543,00	1	11.543,00	11.770,00	1	11.770,00
É DE CASA	2.101,00	1	2.101,00	2.227,00	1	2.227,00
CALDEIRÃO	6.107,00	1	6.107,00	6.334,00	1	6.334,00
DOMINGÃO COM HUCK	10.016,00	1	10.016,00	10.401,00	1	10.401,00
		15	**73.163,00**		**15**	**75.390,00**

CE2	Valor usado (incorreto)	Ins.	Total	Valor correto	Ins.	Total
BOM DIA CEARÁ	390,00	3	1.170,00	437,00	3	1.311,00
ENCONTRO	238,00	3	714,00	252,00	3	756,00
CE TV 1ª EDIÇÃO	678,00	1	678,00	702,00	1	702,00
SESSÃO DA TARDE	244,00	2	488,00	248,00	2	496,00
NOVELA I	1.114,00	1	1.114,00	1.158,00	1	1.158,00
CE TV 2ª EDIÇÃO	1.460,00	1	1.460,00	1.577,00	1	1.577,00
NOVELA II	1.604,00	1	1.604,00	1.636,00	1	1.636,00
É DE CASA	227,00	1	227,00	241,00	1	241,00
CALDEIRÃO	919,00	1	919,00	953,00	1	953,00
DOMINGÃO COM HUCK	1.481,00	1	1.481,00	1.538,00	1	1.538,00
		15	**9.855,00**		**15**	**10.368,00**

Os dados apurados demonstram, de forma objetiva, que, na mídia de TV, na TV Verdes Mares (mercado CE1), o valor apresentado pela Agência 1, ao utilizar valores de tabela incorretos, totalizou, para as 15 inserções propostas, o montante de R$ 73.163,00.

Todavia, ao se proceder à correção dos valores, com a aplicação das tabelas cheias vigentes em outubro de 2025, conforme exigido pelo Edital, o valor correto da mídia passa a ser de R$ 75.390,00, resultando em uma diferença de R$ 2.227,00 em relação ao valor originalmente apresentado.

De igual modo, na análise da planilha referente ao mercado CE2, verifica-se que o valor inicialmente apresentado pela licitante, no montante de R$ 9.855,00, ao ser recalculado com base nos valores de tabela corretos, passa a totalizar R$ 10.368,00, o que representa uma diferença adicional de R$ 513,00.

Dessa forma, resta comprovado que a Agência 1 subavaliou sua simulação de mídia de TV em R$ 2.740,00, exclusivamente em razão da utilização indevida de valores de tabela inferiores aos exigidos pelo Edital.

Cumpre destacar que o valor global apresentado pela licitante no certame foi de R$ 499.926,26. Assim, ao se incorporar o montante de R$ 2.740,00 indevidamente ocultado na mídia de TV, o valor total da proposta passa a ser de R$ 502.666,26, ultrapassando o limite de R$ 500.000,00 estabelecido no Edital como verba de referência para a campanha simulada.

Diante desse cenário, resta evidente que a proposta da Agência 1, quando adequada aos parâmetros editalícios corretos, excede o teto orçamentário fixado, configurando descumprimento direto das regras do certame e impondo, de forma objetiva, a sua desclassificação.

Abaixo as tabelas de preços da TV Verdes Mares que demonstram os valores corretos dos programas:

TABELA DE PREÇOS – CE1

PREÇOS EM R$ (VÁLIDOS PARA OUTUBRO DE 2025)

VERDES MARES

HORA		GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MÊS	30"	10"	15"	45"	60"
SEG/SEX	04:00	JORNALISMO	HORA	Hora Um	OUT | NOV | DEZ	1.006,00	452,70	503,00	1.509,00	2.012,00
SEG/SEX	06:00	JORNALISMO	BPRA	Bom Dia Ceará	OUT | NOV	2.768,00	1.245,60	1.384,00	4.152,00	5.536,00
					DEZ	2.715,00	1.221,75	1.357,50	4.072,50	5.430,00
SEG/SEX	08:30	JORNALISMO	NBRA	Bom Dia Brasil	OUT	3.795,00	1.707,75	1.897,50	5.692,50	7.590,00
					NOV	3.936,00	1.771,20	1.968,00	5.904,00	7.872,00
					DEZ	3.725,00	1.676,25	1.862,50	5.587,50	7.450,00
SEG/SEX	09:30	FEMININO	ENCT	Encontro	OUT | NOV	2.135,00	960,75	1.067,50	3.202,50	4.270,00
					DEZ	2.017,00	907,65	1.008,50	3.025,50	4.034,00
SEG/SEX	10:45	FEMININO	MAVO	Mais Você	OUT | NOV	2.775,00	1.248,75	1.387,50	4.162,50	5.550,00
					DEZ	2.723,00	1.225,35	1.361,50	4.084,50	5.446,00
SEG/SÁB	12:00	JORNALISMO	PTV1	CETV 1ª Edição	OUT | NOV	4.961,00	2.232,45	2.480,50	7.441,50	9.922,00
					DEZ	4.865,00	2.189,25	2.432,50	7.297,50	9.730,00
SEG/SÁB	13:00	ESPORTE	GESP	Globo Esporte	OUT	6.347,00	2.856,15	4.760,25	9.520,50	12.694,00
					NOV | DEZ	6.228,00	2.802,60	4.671,00	9.342,00	12.456,00
SEG/SÁB	13:25	JORNALISMO	JHOJ	Jornal Hoje	OUT	6.448,00	2.901,60	4.836,00	9.672,00	12.896,00
					NOV	6.565,00	2.954,25	4.923,75	9.847,50	13.130,00
					DEZ	6.448,00	2.901,60	4.836,00	9.672,00	12.896,00
SEG/SÁB	14:40	NOVELA	N15H	Novela da Tarde Especial	OUT | NOV	4.402,00	1.980,90	2.201,00	6.603,00	8.804,00
					DEZ	4.318,00	1.943,10	2.159,00	6.477,00	8.636,00
SEG/SEX	15:15	FILME	TARA	Sessão da Tarde	OUT | NOV	2.484,00	1.117,80	1.242,00	3.726,00	4.968,00
					DEZ	2.438,00	1.097,10	1.219,00	3.657,00	4.876,00
SEG/SEX	16:45	NOVELA	VALE	Vale a Pena Ver de Novo	OUT	6.104,00	2.746,80	3.052,00	9.156,00	12.208,00
					NOV	5.882,00	2.646,90	2.941,00	8.823,00	11.764,00
					DEZ	5.660,00	2.547,00	2.830,00	8.490,00	11.320,00
SEG/SEX	18:25	NOVELA	N18H	Novela I	OUT	9.448,00	4.251,60	7.086,00	14.172,00	18.896,00
					NOV	9.270,00	4.171,50	6.952,50	13.905,00	18.540,00
					DEZ	9.091,00	4.090,95	6.818,25	13.636,50	18.182,00
SEG/SEX	19:10	JORNALISMO	PTV2	CETV 2ª Edição	OUT | NOV	10.572,00	4.757,40	7.929,00	15.858,00	21.144,00
					DEZ	10.368,00	4.665,60	7.776,00	15.552,00	20.736,00
SEG/SEX	19:40	NOVELA	N19H	Novela II	OUT | NOV	11.770,00	5.296,50	8.827,50	17.655,00	23.540,00
					DEZ	11.543,00	5.194,35	8.657,25	17.314,50	23.086,00
SEG/SEX	20:30	JORNALISMO	JNAC	Jornal Nacional	OUT	20.349,00	9.157,05	15.261,75	-	40.698,00
					NOV	20.937,00	9.421,65	15.702,75	-	41.874,00
					DEZ	19.973,00	8.987,85	14.979,75	-	39.946,00
SEG/SEX	21:30	NOVELA	N20H	Novela III	OUT	20.442,00	9.198,90	15.331,50	30.663,00	40.884,00
					NOV	19.153,00	8.618,85	14.364,75	28.729,50	38.306,00
					DEZ	18.784,00	8.452,80	14.088,00	28.176,00	37.568,00
SEX	21:30	NOVELA	N20F	Novela III Final	OUT	22.739,00	10.232,55	17.054,25	34.108,50	45.478,00
					NOV | DEZ	21.452,00	9.653,40	16.089,00	32.178,00	42.904,00
SEG/DOM	22:25	-	ECAS	Estrelas da Casa	OUT	7.810,00	3.514,50	5.857,50	11.715,00	15.620,00
SEG/SEX	22:35	SÉRIE	MINS	Minissérie 1	OUT | NOV | DEZ	7.380,00	3.321,00	3.690,00	11.070,00	14.760,00
SEG/SEX	23:35	SÉRIE	MINI	Minissérie 2	OUT | NOV | DEZ	4.200,00	1.890,00	2.100,00	6.300,00	8.400,00
SEG	-	-	SHO2	Show de Segunda-feira	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00
SEG	23:15	FILME	TELA	Tela Quente	OUT | NOV | DEZ	6.921,00	3.114,45	5.190,75	10.381,50	13.842,00
TER	22:35	-	SHT1	Show de Terça-feira I	OUT | NOV | DEZ	7.380,00	3.321,00	3.690,00	11.070,00	14.760,00
TER	23:50	-	TNOB	Show de Terça-feira II	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00
TER	23:50	JORNALISMO	PROF	Profissão Repórter	OUT | NOV	4.259,00	1.916,55	2.129,50	6.388,50	8.518,00
					DEZ	4.175,00	1.878,75	2.087,50	6.262,50	8.350,00
QUA	23:15	-	SHO4	Show de Quarta-feira II	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00
QUI	23:45	-	THIS	This is Us	OUT | NOV | DEZ	7.380,00	3.321,00	5.535,00	11.070,00	14.760,00
QUA	-	FUTEBOL	FGG4	Futebol	OUT	12.150,00	5.467,50	9.112,50	-	-
					NOV | DEZ	12.584,00	5.662,80	9.438,00	-	-
QUA	-	FUTEBOL	FLIB	Futebol Libertadores	OUT	13.537,00	6.091,65	10.152,75	-	-
					NOV	14.182,00	6.381,90	10.636,50	-	-
					DEZ	10.744,00	4.834,80	8.058,00	-	-
QUA	-	FILME	CINE	Cine Especial	OUT | NOV | DEZ	7.380,00	3.321,00	3.690,00	11.070,00	14.760,00
QUI	22:35	-	SHO1	Show de Quinta-Feira I	OUT | NOV | DEZ	7.380,00	3.321,00	3.690,00	11.070,00	14.760,00
SEX	22:35	REPORTAGEM	REPO	Globo Repórter	OUT | NOV	9.654,00	4.344,30	4.827,00	14.481,00	19.308,00
					DEZ	9.465,00	4.259,25	4.732,50	14.197,50	18.930,00
QUI	00:05	-	SHO5	Show de Quinta-Feira II	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00
SEX	23:35	SÉRIE	SSUP	Sessão Globoplay	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00
SEG/SEX	01:00	JORNALISMO	JGLO	Jornal da Globo	OUT | NOV | DEZ	2.141,00	963,45	1.605,75	3.211,50	4.282,00
SEG/SEX	01:30	ENTREVISTA	BIAL	Conversa com Bial	OUT | NOV | DEZ	1.078,00	485,10	539,00	1.617,00	2.156,00
SEG/SEX	02:00	NOVELA	NOVR	Rebatida de Novela	OUT | NOV | DEZ	809,00	364,05	404,50	1.213,50	1.618,00
SEG/SEX	02:45	-	CMAD	Comédia na Madrugada	OUT | NOV | DEZ	809,00	364,05	404,50	1.213,50	1.618,00
SEG/DOM	-	-	CORI	Corujão	OUT | NOV | DEZ	809,00	364,05	404,50	1.213,50	1.618,00
-	-	FUTEBOL	FUFE	Futebol Feminino	OUT | NOV | DEZ	4.542,00	2.043,90	3.406,50	6.813,00	9.084,00
-	-	FUTEBOL	FGEC	Futebol Eliminatórias da Copa	OUT | NOV | DEZ	10.541,00	4.743,45	7.905,75	15.811,50	21.082,00
SEG/DOM	-	-	SOMB	Som Brasil	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00
SEG/DOM	-	-	TRIB	Tributos	OUT | NOV | DEZ	5.535,00	2.490,75	2.767,50	8.302,50	11.070,00

Classificação: Pública

SGPROP
PROCESSO ADMINISTRATIVO 0678 ASSINADO ELETRONICAMENTE

TABELA DE PREÇOS – CE1

PREÇOS EM R$ (VÁLIDOS PARA OUTUBRO DE 2025)

VERDES MARES

HORA		GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MÊS	30''	10''	15''	45''	60''
SÁB	06:00	REPORTAGEM	GRUR	Globo Rural Reprise	OUT | NOV | DEZ	512,00	230,40	256,00	768,00	1.024,00
SÁB	06:50	JORNALISMO	BOMS	Bom Dia Sábado	OUT | NOV | DEZ	2.130,00	958,50	1.065,00	3.195,00	4.260,00
SÁB	08:30	SHOW	MREG	Show Regional de Sábado Matutino	OUT | NOV | DEZ	1.760,00	792,00	880,00	2.640,00	3.520,00
SÁB	07:20	REPORTAGEM	EMPR	Pequenas Empresas	OUT | NOV	1.303,00	586,35	651,50	1.954,50	2.606,00
					DEZ	1.278,00	575,10	639,00	1.917,00	2.556,00
SÁB	08:30	SHOW	MIBO	Mistura Boa	OUT | NOV | DEZ	1.278,00	575,10	639,00	1.917,00	2.556,00
SÁB	09:00	FEMININO	CASA	É de Casa	OUT | NOV	2.227,00	1.002,15	1.113,50	3.340,50	4.454,00
					DEZ	2.101,00	945,45	1.050,50	3.151,50	4.202,00
SÁB	11:45	SHOW	INSP	Inspira & Ação	OUT | NOV | DEZ	4.417,00	1.987,65	2.208,50	6.625,50	8.834,00
SÁB	14:40	SHOW	LIGA	Se Liga Verdes Mares	OUT | NOV | DEZ	3.921,00	1.764,45	1.960,50	5.881,50	7.842,00
SÁB	15:15	ENTRETENIMIENTO	CEAR	Ceará 360º	OUT | NOV | DEZ	3.844,00	1.729,80	1.922,00	5.766,00	7.688,00
SÁB	14:10	SHOW	SSAB	Sessão de Sábado	OUT | NOV | DEZ	4.241,00	1.908,45	2.120,50	6.361,50	8.482,00
SÁB	14:10	-	SCOM	Sessão Comédia	OUT | NOV | DEZ	4.241,00	1.908,45	2.120,50	6.361,50	8.482,00
SÁB	14:10	SHOW	SREG	Show Regional	OUT | NOV | DEZ	4.241,00	1.908,45	2.120,50	6.361,50	8.482,00
SÁB	16:00	FUTEBOL	FGGS	Futebol	OUT | NOV | DEZ	6.027,00	2.712,15	4.520,25	9.040,50	12.054,00
SÁB	16:45	AUDITÓRIO	CALD	Caldeirão	OUT	6.334,00	2.850,30	4.750,50	9.501,00	12.668,00
					NOV	6.560,00	2.952,00	4.920,00	9.840,00	13.120,00
					DEZ	6.107,00	2.748,15	4.580,25	9.160,50	12.214,00
SÁB	18:35	NOVELA	N18S	Novela I - Sábado	OUT	7.003,00	3.151,35	5.252,25	10.504,50	14.006,00
					NOV	6.869,00	3.091,05	5.151,75	10.303,50	13.738,00
					DEZ	6.734,00	3.030,30	5.050,50	10.101,00	13.468,00
SÁB	19:20	JORNALISMO	PT2S	CETV 2ª Edição - Sábado	OUT	9.194,00	4.137,30	6.895,50	13.791,00	18.388,00
					NOV | DEZ	9.021,00	4.059,45	6.765,75	13.531,50	18.042,00
SÁB	19:45	NOVELA	N19S	Novela II - Sábado	OUT	9.417,00	4.237,65	7.062,75	14.125,50	18.834,00
					NOV | DEZ	9.055,00	4.074,75	6.791,25	13.582,50	18.110,00
SÁB	20:30	JORNALISMO	JNAS	Jornal Nacional - Sábado	OUT | NOV	15.358,00	6.911,10	11.518,50	-	30.716,00
					DEZ	14.504,00	6.526,80	10.878,00	-	29.008,00
SÁB	21:25	NOVELA	N20S	Novela III - Sábado	OUT	15.617,00	7.027,65	11.712,75	23.425,50	31.234,00
					NOV	15.028,00	6.762,60	11.271,00	22.542,00	30.056,00
					DEZ	14.733,00	6.629,85	11.049,75	22.099,50	29.466,00
SÁB	22:30	AUDITÓRIO	ALTA	Altas Horas	OUT | NOV	3.725,00	1.676,25	2.793,75	5.587,50	7.450,00
					DEZ	3.459,00	1.556,55	2.594,25	5.188,50	6.918,00
SÁB	01:00	FILME	SUCI	Supercine	OUT | NOV | DEZ	1.200,00	540,00	600,00	1.800,00	2.400,00
SÁB	01:00	-	FCOM	Faixa Combate	OUT | NOV | DEZ	1.346,00	605,70	673,00	2.019,00	2.692,00

HORA		GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MÊS	30''	10''	15''	45''	60''
DOM	06:45	-	GREP	Globo Repórter Reprise	OUT | NOV | DEZ	512,00	230,40	256,00	768,00	1.024,00
DOM	06:50	RURAL	RURA	Nordeste Rural	OUT | NOV | DEZ	2.121,00	954,45	1.060,50	3.181,50	4.242,00
DOM	09:25	CARROS E MOTORES	AUTO	AutoEsporte	OUT | NOV | DEZ	3.649,00	1.642,05	2.736,75	5.473,50	7.298,00
DOM	08:35	RURAL	GRUD	Globo Rural	OUT | NOV	2.371,00	1.066,95	1.185,50	3.556,50	4.742,00
					DEZ	2.246,00	1.010,70	1.123,00	3.369,00	4.492,00
DOM	10:15	RURAL	BSER	Brasil Sertanejo	OUT | NOV | DEZ	3.178,00	1.430,10	1.589,00	4.767,00	6.356,00
DOM	10:00	ESPORTE	ESPO	Esporte Espetacular	OUT | NOV	5.788,00	2.604,60	4.341,00	8.682,00	11.576,00
					DEZ	5.190,00	2.335,50	3.892,50	7.785,00	10.380,00
DOM	12:30	FILME	TMAX	Temperatura Máxima	OUT | NOV	5.916,00	2.662,20	4.437,00	8.874,00	11.832,00
					DEZ	5.688,00	2.559,60	4.266,00	8.532,00	11.376,00
DOM	15:50	FILME	CBIL	Campeões de Bilheteria	OUT | NOV | DEZ	5.263,00	2.368,35	3.947,25	7.894,50	10.526,00
DOM	-	AUDITÓRIO	DOM1	Domingão com Huck (Parte 1)	OUT | NOV	6.934,00	3.120,30	5.200,50	10.401,00	13.868,00
					DEZ	6.667,00	3.000,15	5.000,25	10.000,50	13.334,00
DOM	15:50	FUTEBOL	FGGD	Futebol	OUT	10.734,00	4.830,30	8.050,50	-	-
					NOT | DEZ	11.117,00	5.002,65	8.337,75	-	-
DOM	18:05	AUDITÓRIO	DOMI	Domingão com Huck	OUT	10.401,00	4.680,45	7.800,75	15.601,50	20.802,00
					NOV	10.594,00	4.767,30	7.945,50	15.891,00	21.188,00
					DEZ	10.016,00	4.507,20	7.512,00	15.024,00	20.032,00
DOM	20:30	SHOW	FANT	Fantástico	OUT | NOV	16.191,00	7.285,95	12.143,25	24.286,50	32.382,00
					DEZ	15.592,00	7.016,40	11.694,00	23.388,00	31.184,00
DOM	-	-	SHOD	Show de Domingo Noturno	OUT | NOV | DEZ	3.049,00	1.372,05	1.524,50	4.573,50	6.098,00
DOM	-	-	DREG	Show Regional de Domingo Noturno	OUT | NOV | DEZ	3.049,00	1.372,05	1.524,50	4.573,50	6.098,00
DOM	23:25	FILME	DOMA	Domingo Maior	OUT | NOV | DEZ	2.874,00	1.293,30	1.437,00	4.311,00	5.748,00
DOM	01:05	FILME	CIMA	Cinemaço	OUT | NOV | DEZ	809,00	364,05	404,50	1.213,50	1.618,00

Classificação: Pública

PROCESSO ADMINISTRATIVO 0679 ASSINADO ELETRONICAMENTE

SGPROP

TABELA DE PREÇOS – CE2

PREÇOS EM R$ (VÁLIDOS PARA OUTUBRO DE 2025)

VERDES MARES

HORA		GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MÊS	30''	10''	15''	45''	60''
SEG/SEX	04:00	JORNALISMO	HORA	Hora Um	OUT | NOV | DEZ	113,00	50,85	56,50	169,50	226,00
SEG/SEX	06:00	JORNALISMO	BPRA	Bom Dia Ceará	OUT	437,00	196,65	218,50	655,50	874,00
					NOV	421,00	189,45	210,50	631,50	842,00
					DEZ	390,00	175,50	195,00	585,00	780,00
SEG/SEX	08:30	JORNALISMO	NBRA	Bom Dia Brasil	OUT	494,00	222,30	247,00	741,00	988,00
					NOV	512,00	230,40	256,00	768,00	1.024,00
					DEZ	484,00	217,80	242,00	726,00	968,00
SEG/SEX	09:30	FEMININO	ENCT	Encontro	OUT | NOV	252,00	113,40	126,00	378,00	504,00
					DEZ	238,00	107,10	119,00	357,00	476,00
SEG/SEX	10:45	FEMININO	MAVO	Mais Você	OUT | NOV	345,00	155,25	172,50	517,50	690,00
					DEZ	338,00	152,10	169,00	507,00	676,00
SEG/SÁB	12:00	JORNALISMO	PTV1	CETV 1ª Edição	OUT	702,00	315,90	351,00	1.053,00	1.404,00
					NOV | DEZ	678,00	305,10	339,00	1.017,00	1.356,00
SEG/SÁB	13:00	ESPORTE	GESP	Globo Esporte	OUT | NOV | DEZ	990,00	445,50	742,50	1.485,00	1.980,00
SEG/SÁB	13:25	JORNALISMO	JHOJ	Jornal Hoje	OUT	802,00	360,90	601,50	1.203,00	1.604,00
					NOV	816,00	367,20	612,00	1.224,00	1.632,00
					DEZ	802,00	360,90	601,50	1.203,00	1.604,00
SEG/SÁB	14:40	NOVELA	N15H	Novela da Tarde Especial	OUT | NOV	517,00	232,65	258,50	775,50	1.034,00
					DEZ	507,00	228,15	253,50	760,50	1.014,00
SEG/SEX	15:15	FILME	TARA	Sessão da Tarde	OUT | NOV	248,00	111,60	124,00	372,00	496,00
					DEZ	244,00	109,80	122,00	366,00	488,00
SEG/SEX	16:45	NOVELA	VALE	Vale a Pena Ver de Novo	OUT	585,00	263,25	292,50	877,50	1.170,00
					NOV	564,00	253,80	282,00	846,00	1.128,00
					DEZ	543,00	244,35	271,50	814,50	1.086,00
SEG/SEX	18:25	NOVELA	N18H	Novela I	OUT	1.158,00	521,10	868,50	1.737,00	2.316,00
					NOV	1.136,00	511,20	852,00	1.704,00	2.272,00
					DEZ	1.114,00	501,30	835,50	1.671,00	2.228,00
SEG/SEX	19:10	JORNALISMO	PTV2	CETV 2ª Edição	OUT	1.577,00	709,65	1.182,75	2.365,50	3.154,00
					NOV | DEZ	1.460,00	657,00	1.095,00	2.190,00	2.920,00
SEG/SEX	19:40	NOVELA	N19H	Novela II	OUT | NOV	1.636,00	736,20	1.227,00	2.454,00	3.272,00
					DEZ	1.604,00	721,80	1.203,00	2.406,00	3.208,00
SEG/SEX	20:30	JORNALISMO	JNAC	Jornal Nacional	OUT	2.813,00	1.265,85	2.109,75	-	5.626,00
					NOV	2.895,00	1.302,75	2.171,25	-	5.790,00
					DEZ	2.761,00	1.242,45	2.070,75	-	5.522,00
SEG/SEX	21:30	NOVELA	N20H	Novela III	OUT	2.762,00	1.242,90	2.071,50	4.143,00	5.524,00
					NOV | DEZ	2.588,00	1.164,60	1.941,00	3.882,00	5.176,00
SEX	21:30	NOVELA	N20F	Novela III Final	OUT	2.954,00	1.329,30	2.215,50	4.431,00	5.908,00
					NOV | DEZ	2.787,00	1.254,15	2.090,25	4.180,50	5.574,00
SEG/DOM	22:25	-	ECAS	Estrelas da Casa	OUT	1.076,00	484,20	807,00	1.614,00	2.152,00
SEG/SEX	22:35	SÉRIE	MINS	Minissérie 1	OUT | NOV | DEZ	1.064,00	478,80	532,00	1.596,00	2.128,00
SEG/SEX	23:35	SÉRIE	MINI	Minissérie 2	OUT | NOV | DEZ	640,00	288,00	320,00	960,00	1.280,00
SEG	-	-	SHO2	Show de Segunda-feira	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00
SEG	23:15	FILME	TELA	Tela Quente	OUT | NOV | DEZ	857,00	385,65	642,75	1.285,50	1.714,00
TER	22:35	-	SHT1	Show de Terça-feira I	OUT | NOV | DEZ	1.064,00	478,80	532,00	1.596,00	2.128,00
TER	23:50	-	TNOB	Show de Terça-feira II	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00
TER	23:50	JORNALISMO	PROF	Profissão Repórter	OUT | NOV	522,00	234,90	261,00	783,00	1.044,00
					DEZ	512,00	230,40	256,00	768,00	1.024,00
QUA	23:15	-	SHO4	Show de Quarta-feira II	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00
QUI	23:45	-	THIS	This Is Us	OUT | NOV | DEZ	1.064,00	478,80	798,00	1.596,00	2.128,00
QUA	-	FUTEBOL	FGG4	Futebol	OUT	1.757,00	790,65	1.317,75	-	-
					NOV | DEZ	1.820,00	819,00	1.365,00	-	-
QUA	-	FUTEBOL	FLIB	Futebol Libertadores	OUT	2.075,00	933,75	1.556,25	-	-
					NOV	2.174,00	978,30	1.630,50	-	-
					DEZ	1.647,00	741,15	1.235,25	-	-
QUA	-	FILME	CINE	Cine Especial	OUT | NOV | DEZ	1.064,00	478,80	532,00	1.596,00	2.128,00
QUI	22:35	-	SHO1	Show de Quinta-Feira I	OUT | NOV | DEZ	1.064,00	478,80	532,00	1.596,00	2.128,00
SEX	22:35	REPORTAGEM	REPO	Globo Repórter	OUT | NOV	1.128,00	507,60	564,00	1.692,00	2.256,00
					DEZ	1.106,00	497,70	553,00	1.659,00	2.212,00
QUI	00:05	-	SHO5	Show de Quinta-Feira II	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00
SEX	23:35	SÉRIE	SSUP	Sessão Globoplay	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00
SEG/SEX	01:00	JORNALISMO	JGLO	Jornal da Globo	OUT | NOV | DEZ	266,00	119,70	199,50	399,00	532,00
SEG/SEX	01:30	ENTREVISTA	BIAL	Conversa com Bial	OUT | NOV | DEZ	122,00	54,90	61,00	183,00	244,00
SEG/SEX	02:00	NOVELA	NOVR	Rebatida de Novela	OUT | NOV | DEZ	114,00	51,30	57,00	171,00	228,00
SEG/SEX	02:45	-	CMAD	Comédia na Madrugada	OUT | NOV | DEZ	114,00	51,30	57,00	171,00	228,00
SEG/DOM	-	-	COR1	Corujão	OUT | NOV | DEZ	114,00	51,30	57,00	171,00	228,00
-	-	FUTEBOL	FUFE	Futebol Feminino	OUT | NOV | DEZ	565,00	254,25	423,75	847,50	1.130,00
-	-	FUTEBOL	FGEC	Futebol Eliminatórias da Copa	OUT | NOV | DEZ	1.616,00	727,20	1.212,00	2.424,00	3.232,00
SEG/DOM	-	-	SOMB	Som Brasil	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00
SEG/DOM	-	-	TRIB	Tributos	OUT | NOV | DEZ	722,00	324,90	361,00	1.083,00	1.444,00

Classificação: Pública

SGPROP
PROCESSO ADMINISTRATIVO 0680 ASSINADO ELETRONICAMENTE

TABELA DE PREÇOS – CE2

PREÇOS EM R$ (VÁLIDOS PARA OUTUBRO DE 2025)

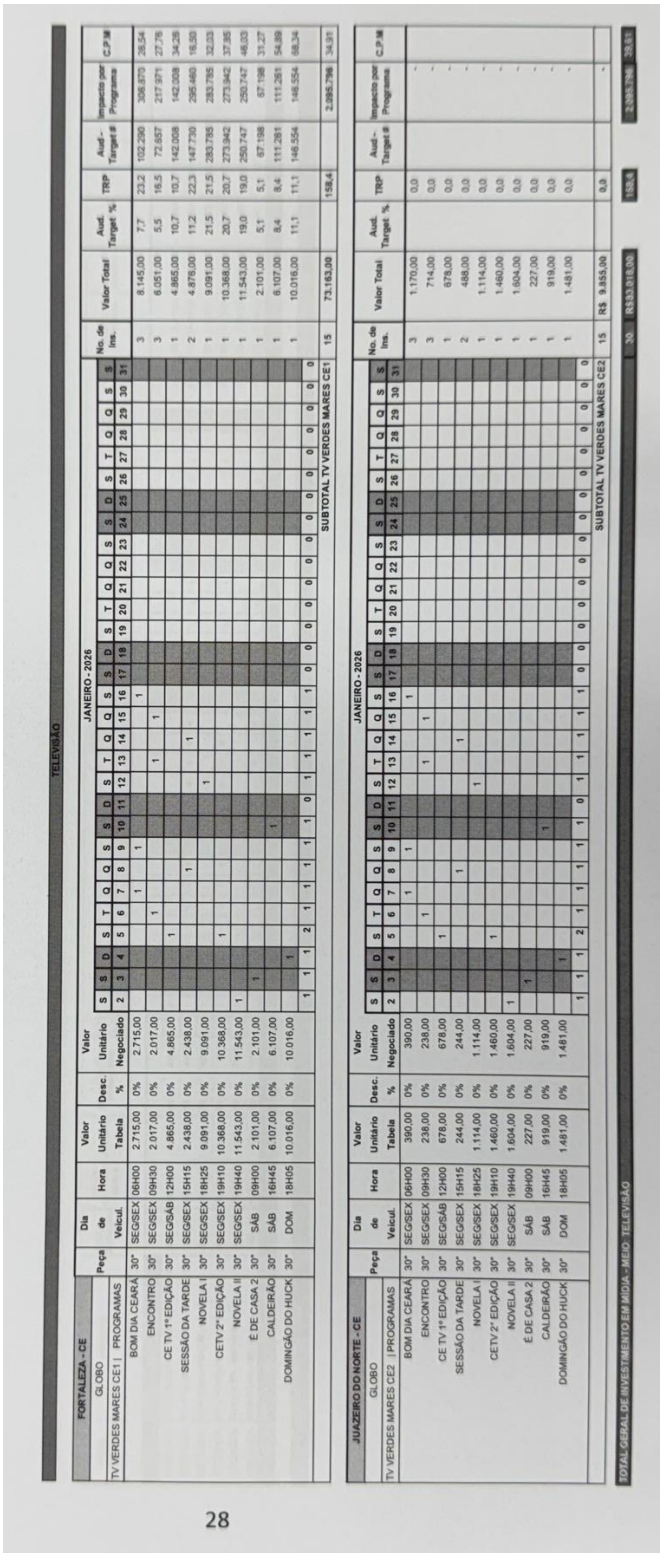
VERDES MARES

HORA		GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MÊS	30''	10''	15''	45''	60''
SÁB	06:00	REPORTAGEM	GRUR	Globo Rural Reprise	OUT | NOV | DEZ	67,00	30,15	33,50	100,50	134,00
SÁB	06:50	JORNALISMO	BOMS	Bom Dia Sábado	OUT | NOV | DEZ	312,00	140,40	156,00	468,00	624,00
SÁB	08:30	SHOW	MREG	Show Regional de Sábado Matutino	OUT | NOV | DEZ	183,00	82,35	91,50	274,50	366,00
SÁB	07:20	REPORTAGEM	EMPR	Pequenas Empresas	OUT | NOV	149,00	67,05	74,50	223,50	298,00
					DEZ	147,00	66,15	73,50	220,50	294,00
SÁB	08:30	SHOW	MIBO	Mistura Boa	OUT | NOV | DEZ	147,00	66,15	73,50	220,50	294,00
SÁB	09:00	FEMININO	CASA	É de Casa	OUT | NOV	241,00	108,45	120,50	361,50	482,00
					DEZ	227,00	102,15	113,50	340,50	454,00
SÁB	11:45	SHOW	INSP	Inspira & Ação	OUT | NOV | DEZ	529,00	238,05	264,50	793,50	1.058,00
SÁB	14:40	SHOW	LIGA	Se Liga Verdes Mares	OUT | NOV | DEZ	401,00	180,45	200,50	601,50	802,00
SÁB	15:15	ENTRETENIMENTO	CEAR	Ceará 360º	OUT | NOV | DEZ	393,00	176,85	196,50	589,50	786,00
SÁB	14:10	SHOW	SSAB	Sessão de Sábado	OUT | NOV | DEZ	434,00	195,30	217,00	651,00	868,00
SÁB	14:10	-	SCOM	Sessão Comédia	OUT | NOV | DEZ	434,00	195,30	217,00	651,00	868,00
SÁB	14:10	SHOW	SREG	Show Regional	OUT | NOV | DEZ	434,00	195,30	217,00	651,00	868,00
SÁB	16:00	FUTEBOL	FGGS	Futebol	OUT | NOV | DEZ	941,00	423,45	705,75	1.411,50	1.882,00
SÁB	16:45	AUDITÓRIO	CALD	Caldeirão	OUT	953,00	428,85	714,75	1.429,50	1.906,00
					NOV	987,00	444,15	740,25	1.480,50	1.974,00
					DEZ	919,00	413,55	689,25	1.378,50	1.838,00
SÁB	18:35	NOVELA	N18S	Novela I - Sábado	OUT	909,00	409,05	681,75	1.363,50	1.818,00
					NOV	891,00	400,95	668,25	1.336,50	1.782,00
					DEZ	874,00	393,30	655,50	1.311,00	1.748,00
SÁB	19:20	JORNALISMO	PT2S	CETV 2ª Edição - Sábado	OUT	1.166,00	524,70	874,50	1.749,00	2.332,00
					NOV	1.124,00	505,80	843,00	1.686,00	2.248,00
					DEZ	1.041,00	468,45	780,75	1.561,50	2.082,00
SÁB	19:45	NOVELA	N19S	Novela II - Sábado	OUT	1.309,00	589,05	981,75	1.963,50	2.618,00
					NOV | DEZ	1.259,00	566,55	944,25	1.888,50	2.518,00
SÁB	20:30	JORNALISMO	JNAS	Jornal Nacional - Sábado	OUT | NOV	1.992,00	896,40	1.494,00	-	3.984,00
					DEZ	1.881,00	846,45	1.410,75	-	3.762,00
SÁB	21:25	NOVELA	N20S	Novela III - Sábado	OUT	2.109,00	949,05	1.581,75	3.163,50	4.218,00
					NOV	2.030,00	913,50	1.522,50	3.045,00	4.060,00
					DEZ	1.990,00	895,50	1.492,50	2.985,00	3.980,00
SÁB	22:30	AUDITÓRIO	ALTA	Altas Horas	OUT | NOV	466,00	209,70	349,50	699,00	932,00
					DEZ	433,00	194,85	324,75	649,50	866,00
SÁB	01:00	FILME	SUCI	Supercine	OUT | NOV | DEZ	170,00	76,50	85,00	255,00	340,00
SÁB	01:00	-	FCOM	Falsa Combate	OUT | NOV | DEZ	195,00	87,75	97,50	292,50	390,00

HORA		GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MÊS	30''	10''	15''	45''	60''
DOM	06:45	-	GREP	Globo Repórter Reprise	OUT | NOV | DEZ	67,00	30,15	33,50	100,50	134,00
DOM	06:50	RURAL	RURA	Nordeste Rural	OUT | NOV | DEZ	263,00	118,35	131,50	394,50	526,00
DOM	09:25	CARROS E MOTORES	AUTO	AutoEsporte	OUT | NOV | DEZ	561,00	252,45	420,75	841,50	1.122,00
DOM	08:35	RURAL	GRUD	Globo Rural	OUT | NOV	294,00	132,30	147,00	441,00	588,00
					DEZ	279,00	125,55	139,50	418,50	558,00
DOM	10:15	RURAL	BSER	Brasil Sertanejo	OUT | NOV | DEZ	394,00	177,30	197,00	591,00	788,00
DOM	10:00	ESPORTE	ESPO	Esporte Espetacular	OUT | NOV	920,00	414,00	690,00	1.380,00	1.840,00
					DEZ	825,00	371,25	618,75	1.237,50	1.650,00
DOM	12:30	FILME	TMAX	Temperatura Máxima	OUT | NOV	757,00	340,65	567,75	1.135,50	1.514,00
					DEZ	728,00	327,60	546,00	1.092,00	1.456,00
DOM	15:50	FILME	CBIL	Campeões de Bilheteria	OUT | NOV | DEZ	714,00	321,30	535,50	1.071,00	1.428,00
DOM	-	AUDITÓRIO	DOM1	Domingão com Huck (Parte 1)	OUT | NOV	1.106,00	497,70	829,50	1.659,00	2.212,00
					DEZ	1.063,00	478,35	797,25	1.594,50	2.126,00
DOM	15:50	FUTEBOL	FGGD	Futebol	OUT	1.676,00	754,20	1.257,00	-	-
					NOT | DEZ	1.735,00	780,75	1.301,25	-	-
DOM	18:05	AUDITÓRIO	DOMI	Domingão com Huck	OUT	1.538,00	692,10	1.153,50	2.307,00	3.076,00
					NOV	1.566,00	704,70	1.174,50	2.349,00	3.132,00
					DEZ	1.481,00	666,45	1.110,75	2.221,50	2.962,00
DOM	20:30	SHOW	FANT	Fantástico	OUT | NOV	2.218,00	998,10	1.663,50	3.327,00	4.436,00
					DEZ	2.136,00	961,20	1.602,00	3.204,00	4.272,00
DOM	-	-	SHOD	Show de Domingo Noturno	OUT | NOV | DEZ	325,00	146,25	162,50	487,50	650,00
DOM	-	-	DREG	Show Regional de Domingo Noturno	OUT | NOV | DEZ	325,00	146,25	162,50	487,50	650,00
DOM	23:25	FILME	DOMA	Domingo Maior	OUT | NOV | DEZ	319,00	143,55	159,50	478,50	638,00
DOM	01:05	FILME	CIMA	Cinemaço	OUT | NOV | DEZ	114,00	51,30	57,00	171,00	228,00

Classificação: Pública

Abaixo a página 28 da proposta da Agência 1 onde constam os valores de tabela dos programas de outubro/2025 em inconformidade com os valores de tabela do veículo.



TELEVISÃO

FORTALEZA - CE — JANEIRO - 2026

GLOBO TV VERDES MARES CE1 | PROGRAMAS	Peça	Dia de Veicul.	Hora	Valor Unitário Tabela	Desc. %	Valor Unitário Negociado	S 2	S 3	D 4	S 5	T 6	Q 7	S 8	S 9	S 10	D 11	S 12	T 13	Q 14	S 15	S 16	D 17	S 18	T 19	Q 20	S 21	S 22	S 23	D 24	S 25	T 26	Q 27	S 28	S 29	S 30	S 31	No. de Ins.	Valor Total	Aud. Target %	TRP	Aud. - Target #	Impacto por Programa	C.P.M
BOM DIA CEARÁ	30"	SEG/SEX	06H00	2.715,00	0%	2.715,00																															3	8.145,00	7,7	23,2	102.290	308.870	26,54
ENCONTRO	30"	SEG/SEX	09H30	2.017,00	0%	2.017,00					1							1																			3	6.051,00	5,5	16,5	72.657	217.971	27,76
CE TV 1ª EDIÇÃO	30"	SEG/SAB	12H00	4.865,00	0%	4.865,00				1										1																	1	4.865,00	10,7	10,7	142.008	142.008	34,26
SESSÃO DA TARDE	30"	SEG/SEX	15H15	2.438,00	0%	2.438,00				1											1																2	4.875,00	11,2	22,3	147.730	295.460	16,50
NOVELA I	30"	SEG/SEX	18H25	9.091,00	0%	9.091,00						1					1																				1	9.091,00	21,5	21,5	283.785	283.785	32,03
CETV 2ª EDIÇÃO	30"	SEG/SEX	19H10	10.368,00	0%	10.368,00					1																										1	10.368,00	20,7*	20,7	273.942	273.942	37,85
NOVELA II	30"	SEG/SEX	19H40	11.543,00	0%	11.543,00	1																														1	11.543,00	19,0	19,0	250.747	250.747	46,03
É DE CASA 2	30"	SAB	09H00	2.101,00	0%	2.101,00			1																												1	2.101,00	5,1	5,1	67.198	67.198	31,27
CALDEIRÃO	30"	SAB	16H45	6.107,00	0%	6.107,00									1																						1	6.107,00	8,4	8,4	111.281	111.281	54,88
DOMINGÃO DO HUCK	30"	DOM	18H05	10.016,00	0%	10.016,00			1																												1	10.016,00	11,1	11,1	148.554	148.554	68,34
							1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
SUBTOTAL TV VERDES MARES CE1																																					15	73.163,00		158,4		2.895.796	34,91

JUAZEIRO DO NORTE - CE — JANEIRO - 2026

GLOBO TV VERDES MARES CE2 | PROGRAMAS	Peça	Dia de Veicul.	Hora	Valor Unitário Tabela	Desc. %	Valor Unitário Negociado	S 2	S 3	D 4	S 5	T 6	Q 7	S 8	S 9	S 10	D 11	S 12	T 13	Q 14	S 15	S 16	D 17	S 18	T 19	Q 20	S 21	S 22	S 23	D 24	S 25	T 26	Q 27	S 28	S 29	S 30	S 31	No. de Ins.	Valor Total	Aud. Target %	TRP	Aud. - Target #	Impacto por Programa	C.P.M
BOM DIA CEARÁ	30"	SEG/SEX	06H00	390,00	0%	390,00																															3	1.170,00		0,0			
ENCONTRO	30"	SEG/SEX	09H30	238,00	0%	238,00						1		1				1		1		1															3	714,00		0,0			
CE TV 1ª EDIÇÃO	30"	SEG/SAB	12H00	678,00	0%	678,00					1																											1	678,00		0,0			
SESSÃO DA TARDE	30"	SEG/SEX	15H15	244,00	0%	244,00							1						1																			2	488,00		0,0			
NOVELA I	30"	SEG/SEX	18H25	1.114,00	0%	1.114,00											1																					1	1.114,00		0,0			
CETV 2ª EDIÇÃO	30"	SEG/SEX	19H10	1.460,00	0%	1.460,00				1																												1	1.460,00		0,0			
NOVELA II	30"	SEG/SEX	19H40	1.604,00	0%	1.604,00	1																															1	1.604,00		0,0			
É DE CASA 2	30"	SAB	09H00	227,00	0%	227,00			1																													1	227,00		0,0			
CALDEIRÃO	30"	SAB	16H45	919,00	0%	919,00									1																							1	919,00		0,0			
DOMINGÃO DO HUCK	30"	DOM	18H05	1.481,00	0%	1.481,00			1																													1	1.481,00		0,0			
							1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
SUBTOTAL TV VERDES MARES CE2																																					15	R$ 9.855,00		0,0			
TOTAL GERAL DE INVESTIMENTO EM MÍDIA - MEIO: TELEVISÃO																																					30	R$33.018.000		158,4		2.895.796	34,91

28

1.2. Utilização indevida de Recurso Próprio

O item 12.2.1.4 do Edital estabelece os subquesitos de avaliação da Estratégia de Mídia e Não Mídia, definindo, de forma expressa, os critérios objetivos de julgamento aplicáveis a esse item.

No subitem 12.2.1.4.d, o Edital dispõe que será avaliada:

> "a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia".

O comando editalício é claro ao exigir a utilização eficaz dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura, bem como o alinhamento desses recursos à estratégia apresentada, não se tratando, portanto, de faculdade ou elemento meramente acessório da proposta, mas de critério objetivo de avaliação.

Com o objetivo de eliminar qualquer subjetividade ou dúvida interpretativa, o próprio Edital, em seu Anexo I – Briefing, no item "Recursos próprios de comunicação", apresenta de forma expressa a relação dos canais institucionais que devem ser considerados e utilizados pelas licitantes, a fim de atender à exigência prevista no subitem 12.2.1.4.d.

Conforme disposto no referido Anexo, são considerados recursos próprios de comunicação da Prefeitura de São Gonçalo do Amarante:

- Portal Oficial do Município de São Gonçalo do Amarante;
- Facebook;
- YouTube;
- Instagram;
- Dependências das unidades administrativas da Prefeitura de São Gonçalo do Amarante.

Dessa forma, resta evidente que a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pelas licitantes deveria contemplar, de maneira clara, objetiva e alinhada, a utilização desses recursos, demonstrando seu papel dentro da estratégia proposta, sob pena de descumprimento de critério avaliativo expressamente previsto no Edital.

Ocorre que, na página 36 do material apresentado pela agência Mulato Comunicação, ao tratar das estratégias relacionadas ao uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura, a licitante propõe a peça denominada "Micro-ônibus", consistente na adesivação de um micro-ônibus do Município, tratando tal ativo como se fosse recurso próprio de comunicação da Prefeitura de São Gonçalo do Amarante.

Entretanto, conforme demonstrado anteriormente, tal recurso não consta na relação de recursos próprios de comunicação expressamente definida no Edital, constante do Anexo I – Briefing, tampouco se enquadra em qualquer dos itens ali elencados, quais sejam: Portal Oficial do Município, redes sociais institucionais (Facebook, YouTube e Instagram) e dependências das unidades administrativas da Prefeitura.

A definição objetiva desses recursos no Edital não é meramente exemplificativa, mas decorre da necessidade de assegurar igualdade de condições entre todas as licitantes, em observância ao princípio da isonomia, garantindo que todas tenham acesso aos mesmos meios institucionais para a elaboração de suas propostas técnicas.

Ao incluir como “recurso próprio” um ativo não previsto no Edital, a Agência 1 extrapola os limites estabelecidos pelo instrumento convocatório, incorrendo em descumprimento direto do critério de avaliação previsto no subitem 12.2.1.4.d, além de comprometer a comparabilidade entre as propostas apresentadas.

Ademais, admitir a utilização de recursos não previstos na listagem editalícia implicaria permitir a presunção de acesso a ativos institucionais não formalmente disponibilizados a todas as licitantes, o que viola os princípios da isonomia, da impessoalidade e da vinculação ao instrumento convocatório, além de fragilizar a lisura do julgamento técnico.

Dessa forma, ao considerar como recurso próprio da Prefeitura um micro-ônibus municipal não previsto no Edital, a agência Mulato Comunicação incorre em irregularidade grave, que afeta diretamente o atendimento a critério objetivo de avaliação da Estratégia de Mídia e Não Mídia, razão pela qual sua proposta técnica não pode ser considerada válida.

Assim, diante do descumprimento expresso das disposições editalícias e da quebra do princípio da isonomia, impõe-se, de forma objetiva, a desclassificação da agência Mulato Comunicação do certame, como medida necessária para preservação da legalidade, da igualdade entre os licitantes e da lisura do procedimento licitatório.

1.3. Do Descumprimento das diretrizes de precificação de plataformas digitais

O item 11.3.4.2.d do Edital estabelece, de forma expressa, que a proposta da Estratégia de Mídia e Não Mídia deve contemplar:

> "os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essas, os preços simulados pelas plataformas".

O comando editalício é reforçado pelo item 11.3.4.2.2, que define de maneira objetiva quais meios se enquadram como formas inovadoras e orienta que:

> "para fins desta concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros)".

A leitura conjunta desses dispositivos deixa inequívoco que, no caso das plataformas digitais que não possuem preços de tabela fixa, como é característico das plataformas mencionadas, os valores a serem considerados na proposta devem ser aqueles obtidos por meio de simulação realizada na plataforma própria de cada um desses canais de comunicação.

Importa esclarecer que essas plataformas digitais em questão não operam com tabelas de preços previamente definidas, como ocorre nos meios tradicionais. Nessas plataformas, os custos de veiculação são dinâmicos e variáveis, sendo formados, em regra, por sistemas de leilão em tempo real, nos quais os anunciantes competem por espaços de exibição com base em fatores como público-alvo, período de veiculação, objetivos da campanha, nível de concorrência e qualidade dos anúncios.

Justamente em razão dessa natureza variável e da inexistência de preços de tabela, o Edital determina que, para utilização desses canais na estratégia, devem ser utilizados os valores simulados pelas próprias plataformas, garantindo que todas as licitantes partam de premissas equivalentes na estimativa dos investimentos digitais.

Assim, não cabe às licitantes arbitrar valores sem respaldo técnico ou desvinculados das simulações reais das plataformas, sob pena de distorção da proposta, quebra da comparabilidade entre os concorrentes e descumprimento direto das exigências editalícias.

Ocorre que a agência Mulato Comunicação não observou a diretriz expressa estabelecida no item 11.3.4.2.d do Edital, ao utilizar valores oriundos de trading desks em suas estratégias de mídia digital, em substituição aos valores simulados diretamente nas plataformas digitais, conforme exigido.

Cumpre esclarecer que trading desk é uma estrutura intermediária de compra de mídia digital, operada por agências, grupos de comunicação ou empresas especializadas, que realizam a gestão, otimização e compra de mídia em nome de anunciantes, geralmente agregando serviços como tecnologia, inteligência de dados, taxa de operação e modelos próprios de precificação.

Ou seja, os valores praticados por uma trading desk não correspondem aos valores da plataforma em si, mas a preços compostos, que podem incluir margens comerciais, custos operacionais, modelos proprietários de otimização e condições negociais específicas, variáveis de acordo com cada operador.

Exatamente por essa razão, o Edital foi categórico ao determinar que, na inexistência de preços de tabela, os valores utilizados na proposta deveriam ser aqueles simulados diretamente pelas plataformas digitais, como forma de padronizar critérios, assegurar isonomia entre as licitantes e permitir julgamento objetivo das propostas.

Entretanto, verifica-se que a agência Mulato Comunicação descumpriu tal comando editalício, conforme se observa:

- Página 31 da proposta: a licitante utiliza valores de tabela da trading desk WUP para propor a compra de mídia programática em rede de display do Google, quando, conforme determinação editalícia, a simulação deveria ter sido realizada diretamente na plataforma oficial Google Ads.
- Página 32 da proposta: a licitante apresenta a estratégia de mídia para Facebook e Instagram utilizando valores da trading desk OUTCOME, quando o correto seria a utilização de simulações extraídas da plataforma META Ads, ambiente oficial de compra de mídia dessas redes sociais.
- Página 33 da proposta: a estratégia de mídia para YouTube é apresentada com base em valores da trading desk OUTCOME, quando, nos termos do Edital, os valores deveriam ter sido simulados diretamente na plataforma Google Ads, canal oficial de compra de mídia do YouTube.
- Página 35 da proposta: a licitante utiliza valores de tabela da trading desk WUP para propor a compra de mídia na plataforma TikTok, quando, conforme o item

11.3.4.2.d do Edital, os valores deveriam ter sido simulados diretamente no TikTok Ads Manager, plataforma oficial de compra de mídia do próprio TikTok.

A utilização de valores oriundos de trading desks, além de não atender ao comando editalício, acarreta diversos prejuízos ao certame, dentre os quais se destacam:

- Quebra da isonomia, uma vez que cada trading desk opera com modelos próprios de precificação, o que impede a comparação objetiva entre propostas;
- Distorção dos valores simulados, já que os preços deixam de refletir o custo real da plataforma e passam a incorporar margens e condições comerciais específicas;
- Comprometimento do julgamento objetivo, pois a comissão passa a avaliar propostas baseadas em critérios heterogêneos, não padronizados e não previstos no Edital;
- Violação direta ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, ao substituir metodologia expressamente exigida por outra não autorizada.

Dessa forma, ao utilizar valores de trading desk em substituição às simulações oficiais das plataformas digitais, a agência Mulato Comunicação incorre em irregularidade grave, que afeta diretamente a conformidade da Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada, tornando a proposta incompatível com as exigências editalícias.

Assim, diante do descumprimento expresso do item 11.3.4.2.d do Edital, bem como da quebra dos princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação ao edital, impõe-se o reconhecimento da irregularidade insanável da proposta, com a consequente desclassificação da agência Mulato Comunicação do certame.

Abaixo seguem as páginas da proposta da agência Mulato Comunicação onde constam os erros mencionados ao apresentar valores de tabela de trading desk, ao invés das simulações das próprias plataformas, como orienta o briefing do edital.

CLIENTE: PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
PEÇAS: BANNER AIB
PERÍODO: JANEIRO - 2026
CAMPANHA: SÃO GONÇALO DO AMARANTE. O SEU DESTINO É SER FELIZ AQUI.
CONCORRÊNCIA Nº. 029.2025

PLANILHA DE INVESTIMENTO EM MÍDIA - MEIO: INTERNET

VEÍCULO	OBJETIVO	DISPOSITIVOS	FORMATO	PEÇA	SEGMENTAÇÃO	TIPO DE COMPRA	PERÍODO	PRAÇA	CUSTO POR MIL IMPRESSÕES	IMPRESSÕES PREVISTAS	VALOR BRUTO	%
WUP	Alcance	Desktop, Mobile	DISPLAY	Banner IAB	Homens e Mulheres com mais de 18 anos. Segmentos de público alvo: Notícias, esportes, entretenimento, músicas, turismo, etc.	CPM	30 dias	Ceará	R$ 12,00	2.083.333	R$ 25.000,00	100%
TOTAL										2.083.333	R$ 25.000,00	100%

PROCESSO ADMINISTRATIVO
0688
ASSINADO ELETRONICAMENTE

CLIENTE: PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
PEÇAS: POST
PERÍODO: JANEIRO - 2026
CAMPANHA: SÃO GONÇALO DO AMARANTE. O SEU DESTINO É SER FELIZ AQUI.
CONCORRÊNCIA Nº. 029.2025

PLANILHA DE INVESTIMENTO EM MÍDIA - MEIO: INTERNET (Formas Inovadoras)

VEÍCULO	OBJETIVO	DISPOSITIVOS	PEÇA/FORMATO	TIPO DE COMPRA	PERÍODO	PRAÇA	ALCANCE POTENCIAL	CUSTO POR MIL IMPRESSÕES	RESULTADO PREVISTO	VALOR BRUTO	%
Facebook e Instagram (Outcome)	Reconhecimento / Alcance	Desktop e Mobile	1 FILME DE 30"	CPM	30 dias	Ceará	7.000.000	R$ 15,00	666.667	R$ 10.000,00	30,30%
Facebook e Instagram (Outcome)	Reconhecimento / Alcance	Desktop e Mobile	POST CARROSSEL	CPM	30 dias	Ceará	7.000.000	R$ 15,00	666.667	R$ 10.000,00	30,30%
Facebook e Instagram (Outcome)	Reconhecimento / Alcance	Desktop e Mobile	POST	CPM	30 dias	Ceará	7.000.000	R$ 15,00	433.333	R$ 6.500,00	19,70%
Facebook e Instagram (Outcome)	Reconhecimento / Alcance	Desktop e Mobile	STORIES	CPM	30 dias	Ceará	7.000.000	R$ 15,00	433.333	R$ 6.500,00	19,70%
TOTAL									2.200.000	R$ 33.000,00	100%

CLIENTE: PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
PEÇAS: DIVERSAS
PERÍODO: JANEIRO - 2026
CAMPANHA: SÃO GONÇALO DO AMARANTE. O SEU DESTINO É SER FELIZ AQUI.
CONCORRÊNCIA Nº. 029.2025

PLANILHA DE INVESTIMENTO EM MIDIA - MEIO: INTERNET (Formas Inovadoras)

VEÍCULO	OBJETIVO	DISPOSITIVOS	FORMATO	PEÇA	SEGMENTAÇÃO	TIPO DE COMPRA	PERÍODO	PRAÇA	CUSTO POR VISUALIZAÇÃO	IMPRESSÕES PREVISTAS	VALOR BRUTO	%
Youtube (Outcome)	Alcance	Desktop, Mobile e SmartTVs	IN STREAMING	Filme de 30" e Minidocumentarios	Homens e Mulheres, a partir de 18 anos. Segmentos de público alvo: Notícias, esportes, entretenimento, músicas, etc.	CPV	30 dias	Ceará	R$ 0,15	66.667	R$ 10.000,00	50,00%
Youtube (Outcome)	Alcance	Desktop, Mobile e SmartTVs	Bumper	Filme de 6"	Homens e Mulheres, a partir de 18 anos. Segmentos de público alvo: Notícias, esportes, entretenimento, músicas, etc.	CPM	30 dias	Ceará	R$ 18,00	555.556	R$ 10.000,00	50,00%
TOTAL										622.222	R$ 20.000,00	50%

CLIENTE: PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
PEÇAS: VÍDEO
PERÍODO: JANEIRO - 2026
CAMPANHA: SÃO GONÇALO DO AMARANTE. O SEU DESTINO É SER FELIZ AQUI.
CONCORRÊNCIA Nº. 029.2025

PLANILHA DE INVESTIMENTO EM MÍDIA - MEIO: INTERNET											
VEÍCULO	OBJETIVO	DISPOSITIVOS	FORMATO	PEÇA	TIPO DE COMPRA	PERÍODO	PRAÇA	ALCANCE POTENCIAL	CUSTO POR MIL IMPRESSÕES	RESULTADO PREVISTO	VALOR BRUTO	%
TIKTOK (WUP)	Alcance	Mobile	IN FEED AD	FILME DE 30"	CPM	30 dias	Ceará	4.994.000	R$ 28,00	357.143	R$ 10.000,00	100%
TOTAL										357.143	R$ 10.000,00	100%

1.4. Uso incorreto de preços por faixa horária da Rádio Beach Park

Nos termos do item 11.3.4.3.a, que estabelece os direcionamentos para a elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, o Edital é taxativo ao determinar que:

> "Nessa simulação: os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação."

Na página 29 de sua proposta, a agência Mulato Comunicação apresenta a estratégia de mídia para o meio rádio. Contudo, ao incluir a sugestão de veiculação na Rádio Beach Park, a licitante propõe a utilização de faixa horária que não consta na tabela oficial de preços da emissora.

Conforme se verifica na tabela de preços vigente da Rádio Beach Park, inserida abaixo, a emissora disponibiliza para compra de mídia apenas duas faixas horárias padronizadas, quais sejam:

- 06h às 23h;
- 07h às 19h.

Para veiculações em faixas horárias distintas daquelas previstas na tabela padrão, a própria emissora estabelece a possibilidade de contratação na modalidade de mídia determinada, na qual o anunciante pode definir a faixa horária específica de interesse, mediante a aplicação do valor referencial correspondente à mídia determinada, conforme previsto em sua tabela oficial.

Ocorre que, em desacordo com a tabela de preços da emissora, a agência Mulato Comunicação propõe, em sua estratégia, a veiculação de mídia na faixa horária das 05h às 00h, adotando valores que não correspondem a essa faixa (uma vez que tal faixa não consta na tabela de preços do veículo), tampouco ao valor referencial aplicável à modalidade de mídia determinada.

Dessa forma, a licitante utiliza valores incorretos, o que configura descumprimento direto da exigência editalícia de utilização de preços de tabela cheia, além de comprometer a comparabilidade e a isonomia entre as propostas apresentadas.

BEACH PARK FM	Valor usado (incorreto)	Ins.	Total	Valor correto (determinado)	Ins.	Total
60" - 05H ÀS 00H	180,00	4	720,00	353,00	4	1.412,00
30" - 05H ÀS 00H	92,00	48	4.416,00	180,00	48	8.640,00
		52	**5.136,00**		**52**	**10.052,00**

Considerando que a tabela oficial de preços da Rádio Beach Park não contempla a faixa horária de 05h às 00h, conforme proposta apresentada pela Agência 1, os valores utilizados para a simulação dessa veiculação deveriam, obrigatoriamente, corresponder aos valores de mídia determinada, conforme previsão da própria emissora para faixas horárias não padronizadas.

Entretanto, a licitante utilizou indevidamente os valores correspondentes à faixa de 06h às 23h, os quais não se aplicam à faixa horária proposta de 05h às 00h, configurando, mais uma vez, inobservância das tabelas oficiais do veículo.

Ao se proceder à adequação dos valores, aplicando-se corretamente o preço de mídia determinada à faixa horária efetivamente proposta, verifica-se que o valor da mídia apresentada, inicialmente totalizado em R$ 5.136,00, passa a ser de R$ 10.052,00, o que representa uma diferença de R$ 4.916,00 em relação ao valor originalmente informado.

Cumpre destacar que o valor global apresentado pela agência Mulato Comunicação no certame foi de R$ 499.926,26. Ao se incorporar o valor de R$ 2.740,00, decorrente da subavaliação previamente demonstrada na mídia de TV, e, adicionalmente, o montante de R$ 4.916,00 referente à inconsistência na simulação da mídia de rádio, o valor global da proposta passa a ser de R$ 507.582,26.

Dessa forma, a proposta da agência Mulato Comunicação, quando ajustada aos parâmetros corretos das tabelas oficiais dos veículos, ultrapassa em R$ 7.582,26 o limite de R$ 500.000,00 estabelecido no Edital como verba de referência para a campanha simulada.

Além do descumprimento direto das regras editalícias, tais inconsistências conferiram à agência Mulato Comunicação vantagem competitiva indevida, na medida em que a licitante subavaliou artificialmente os custos de mídia, reduzindo o valor total de sua proposta e obtendo melhores condições comparativas em relação às demais concorrentes, que observaram corretamente os preços de tabela exigidos.

Esse tipo de conduta compromete a isonomia do certame, distorce o julgamento objetivo das propostas e viola o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, pilares fundamentais do processo licitatório.

Assim, diante da reiteração de erros na utilização de preços de mídia, da extrapolação do teto orçamentário fixado pelo Edital e da configuração de vantagem competitiva indevida, resta caracterizada irregularidade grave e insanável, razão pela qual impõe-se a desclassificação da Agência 1 do certame, como medida necessária

para a preservação da legalidade, da igualdade entre os licitantes e da lisura do procedimento licitatório.

Abaixo segue a tabela de preços da Rádio Beach Park onde é possível constatar o que foi descrito.



Tabela de Preços 2025

rádio Beach Park 102,7

ÍNDICE DE CONVERSÃO
15" – R$ 0,70
45" – R$ 1,70
60" – R$ 2,20

PROGRAMAÇÃO	6H ÀS 23H	7H ÀS 19H	DETERMINADO
15"	R$ 65,00	R$ 89,00	R$ 127,00
30"	R$ 92,00	R$ 127,00	R$ 180,00
45"	R$ 138,00	R$ 190,00	R$ 272,00
60"	R$ 180,00	R$ 249,00	R$ 353,00

TESTEMUNHAL	VEICULAÇÃO - DETERMINADO	CACHÊ/MÊS
30"	R$ 398,00	R$ 500,00
60"	R$ 782,00	R$ 900,00

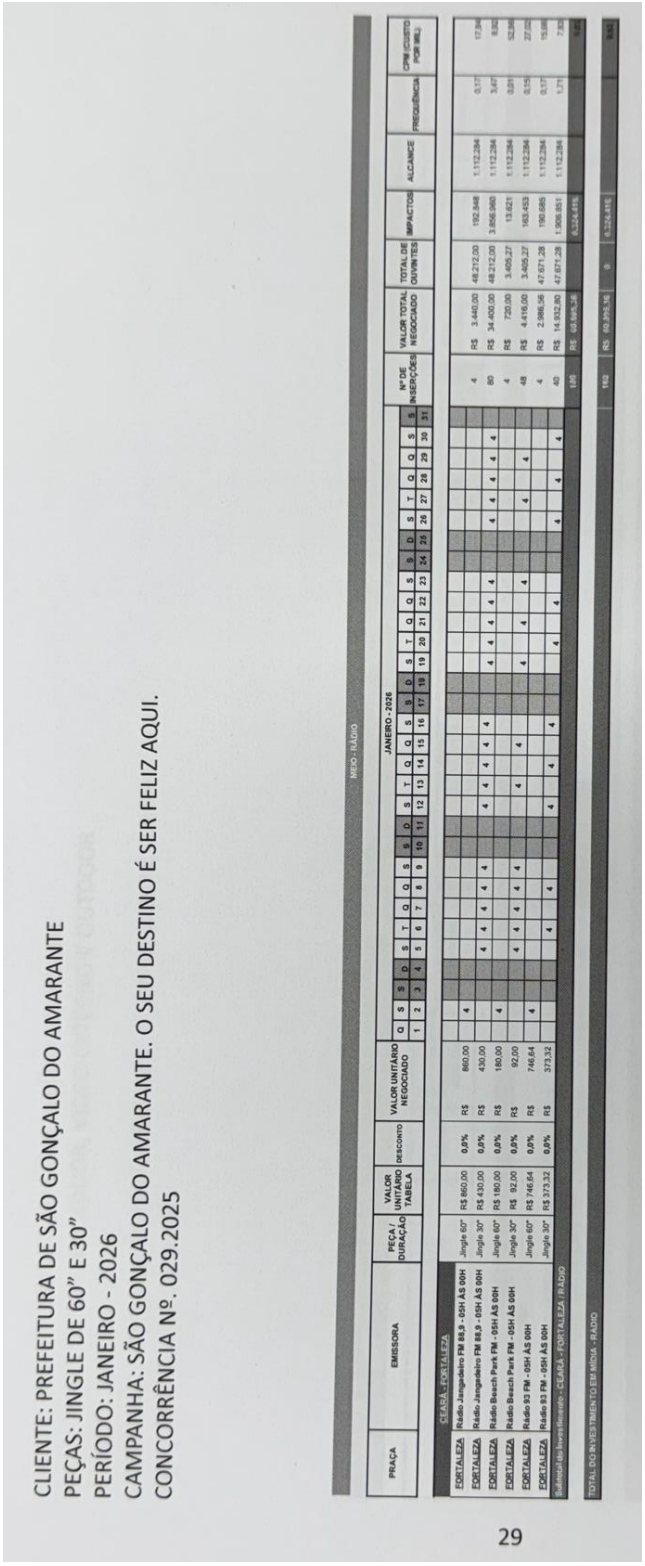
PROGRAMAÇÃO PROGRAMAS	DIA	HORÁRIO	Total inserções/dia CITAÇÃO 3"	SPOT 30"	ENTREGA	Total inserções/mês CITAÇÃO 3"	SPOT 30"	ENTREGA	INVESTIMENTO MENSAL
FECHA TUDO E VAMO EMBORA	SEG A QUI	18H ÀS 19H	3	3	6	51	51	102	R$ 5.300,00
BLOG BEACH PARK	SEG A SEX	8H ÀS 11H	3	3	6	66	66	132	R$ 7.300,00
MÚSICA DO BRASIL	SEG A SÁB	7H ÀS 7:30 | 20H ÀS 20:30	5	3	8	104	78	208	R$ 7.300,00
NA ONDA	SEG A SEX	15H ÀS 17H | SÁB 15H ÀS 16H	3	3	6	78	78	156	R$ 7.300,00
LOUNGE PRIVÊ	SÁB*	22H ÀS 00H	7	7	14*	28	28	56	R$ 3.150,00
PÉ NA AREIA	SÁB*	8H ÀS 12H	7	7	14*	28	28	56	R$ 3.150,00
SUNSET	DOM*	18H ÀS 19H	7	7	14*	28	28	56	R$ 3.150,00

*Total inserções/semana

PROGRAMAÇÃO COLUNA	DIA	HORÁRIO	CITAÇÃO 3"	SPOT 30"	ENTREGA	CITAÇÃO 3"	SPOT 30"	ENTREGA	INVESTIMENTO MENSAL
VERSÃO ORIGINAL	SEG A SEX	3 edições/dia	3	3	6	66	66	132	R$ 6.900,00

A Rádio Beach Park pode ser ouvida em radiobeachpark.com.br ou sintonize 102,7 FM, em Fortaleza. A produção do spot/jingle é gratuita e não está incluída na veiculação. Os valores acima são referentes a 1 emissora. Os comerciais com múltiplas inserções têm desconto progressivo e pago direto ao locutor. O patrocínio deverá ser de no mínimo 3 meses. Os comerciais com múltiplas inserções terão acréscimos de 30% para cada marca. A rádio preserva-se o direito de não veicular áudio que o conteúdo ou a qualidade não estejam de acordo com o padrão sonoro da Rádio Beach Park. *Nos programas que veiculam um dia na semana, a entrega de mídia é diferenciada, sendo disponibilizada 1 semana antes da veiculação do programa. Para mais detalhes, solicite proposta ao atendimento comercial.

Abaixo consta a página 29 da proposta da licitante, onde consta a precificação em desacordo com a tabela do veículo da faixa horária de 05h às 00h da Rádio Beach Park.



CLIENTE: PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
PEÇAS: JINGLE DE 60" E 30"
PERÍODO: JANEIRO - 2026
CAMPANHA: SÃO GONÇALO DO AMARANTE. O SEU DESTINO É SER FELIZ AQUI.
CONCORRÊNCIA Nº. 029.2025

MÍDIA: RÁDIO

PRAÇA	EMISSORA	PEÇA / DURAÇÃO	VALOR UNITÁRIO TABELA	DESCONTO	VALOR UNITÁRIO NEGOCIADO	JANEIRO - 2026																											Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL NEGOCIADO	TOTAL DE OUVINTES	IMPACTOS	ALCANCE	FREQUÊNCIA	CPM (CUSTO POR MIL)
						Q 1	S 2	S 3	D 4	S 5	T 6	Q 7	Q 8	S 9	S 10	D 11	S 12	T 13	Q 14	Q 15	S 16	S 17	D 18	S 19	T 20	Q 21	Q 22	S 23	S 24	D 25	S 26	T 27	Q 28	Q 29	S 30	S 31						
CEARÁ - FORTALEZA																																							
FORTALEZA	Rádio Jangadeiro FM 88,9 - 05H ÁS 00H	Jingle 60"	R$ 860,00	0,0%	R$ 860,00			4																										4	R$ 3.440,00	48.212,00	192.848	1.112.284	0,17	17,84
FORTALEZA	Rádio Jangadeiro FM 88,9 - 05H ÁS 00H	Jingle 30"	R$ 430,00	0,0%	R$ 430,00					4	4	4	4				4	4	4	4				4	4	4	4				4	4	4	4		80	R$ 34.400,00	48.212,00	3.856.960	1.112.284	3,47	8,92
FORTALEZA	Rádio Beach Park FM - 05H ÁS 00H	Jingle 60"	R$ 180,00	0,0%	R$ 180,00			4																												4	R$ 720,00	3.405,27	13.621	1.112.284	0,01	52,86
FORTALEZA	Rádio Beach Park FM - 05H ÁS 00H	Jingle 30"	R$ 92,00	0,0%	R$ 92,00					4	4	4	4				4				4			4				4			4					48	R$ 4.416,00	3.405,27	163.453	1.112.284	0,15	27,02
FORTALEZA	Rádio 93 FM - 05H ÁS 00H	Jingle 60"	R$ 746,64	0,0%	R$ 746,64			4																												4	R$ 2.986,56	47.671,28	190.685	1.112.284	0,17	15,68
FORTALEZA	Rádio 93 FM - 05H ÁS 00H	Jingle 30"	R$ 373,32	0,0%	R$ 373,32					4		4					4				4			4				4			4					40	R$ 14.932,80	47.671,28	1.906.851	1.112.284	1,71	7,83
Subtotal (o investimento deverá ser preenchido) - CEARÁ - FORTALEZA / RÁDIO																																				180	R$ 60.849,36		5.324.455			
TOTAL DO INVESTIMENTO EM MÍDIA - RÁDIO																																				180	R$ 60.849,36	0	5.324.455			

29

1.5. Erro na precificação do veículo LUVE

Conforme já demonstrado, o Edital determina, no item 11.3.4.3.a, que, na simulação da Estratégia de Mídia e Não Mídia, os preços das inserções em veículos de divulgação devem corresponder aos valores de tabela cheia vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Ainda assim, a agência Mulato Comunicação volta a apresentar inconsistências na aplicação dos valores oficiais.

Na página 30 de sua proposta, ao descrever a estratégia de mídia Out Of Home (OOH), a licitante inclui a veiculação de "Outdoor Padrão Papel" da exibidora Luve, adotando valor unitário (bi-semana) de R$ 1.000,00. Ocorre que, conforme tabela oficial do próprio veículo (vide quadro abaixo), o valor correto de tabela para o referido formato é de R$ 900,00, evidenciando que a agência Mulato Comunicação não observou o preço oficial aplicável.

LUVE	Valor usado (incorreto)	Ins.	Total	Valor correto	Ins.	Total
OUTDOOR PADRÃO PAPEL	1.000,00	15	15.000,00	900,00	15	13.500,00

Registre-se que, embora neste caso o erro consista em supervaloração do formato (adoção de valor superior ao constante na tabela oficial), a irregularidade não é meramente formal. Ao aplicar o valor unitário incorreto de R$ 1.000,00 para 15 placas, quando o valor correto de tabela é de R$ 900,00, a licitante deixa de utilizar adequadamente o montante de R$ 1.500,00 dentro da verba referencial da campanha.

Tal distorção compromete diretamente a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia à verba disponível, uma vez que recursos que poderiam ter sido corretamente alocados em outros formatos, meios ou ações de comunicação deixam de ser utilizados, sem qualquer justificativa técnica válida. Assim, a proposta apresentada não reflete a melhor utilização possível da verba pública, contrariando o objetivo do planejamento exigido no certame.

Além disso, a adoção de valores divergentes da tabela oficial distorce a composição da verba e a distribuição dos investimentos por meio, prejudicando a comparabilidade entre as propostas e comprometendo o julgamento objetivo pela Comissão.

Dessa forma, a utilização de valor incorreto para o formato Outdoor Padrão Papel viola o disposto no item 11.3.4.3.a e impacta negativamente o atendimento ao critério avaliativo previsto no item 12.2.1.4.a, uma vez que evidencia inadequação da estratégia à verba referencial e aos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.

PROCESSO ADMINISTRATIVO 0696 ASSINADO ELETRONICAMENTE

Abaixo segue a página 30 da proposta da agência Mulato Comunicação onde consta a inconsistência no valor da peça Outdoor Padrão Papel.

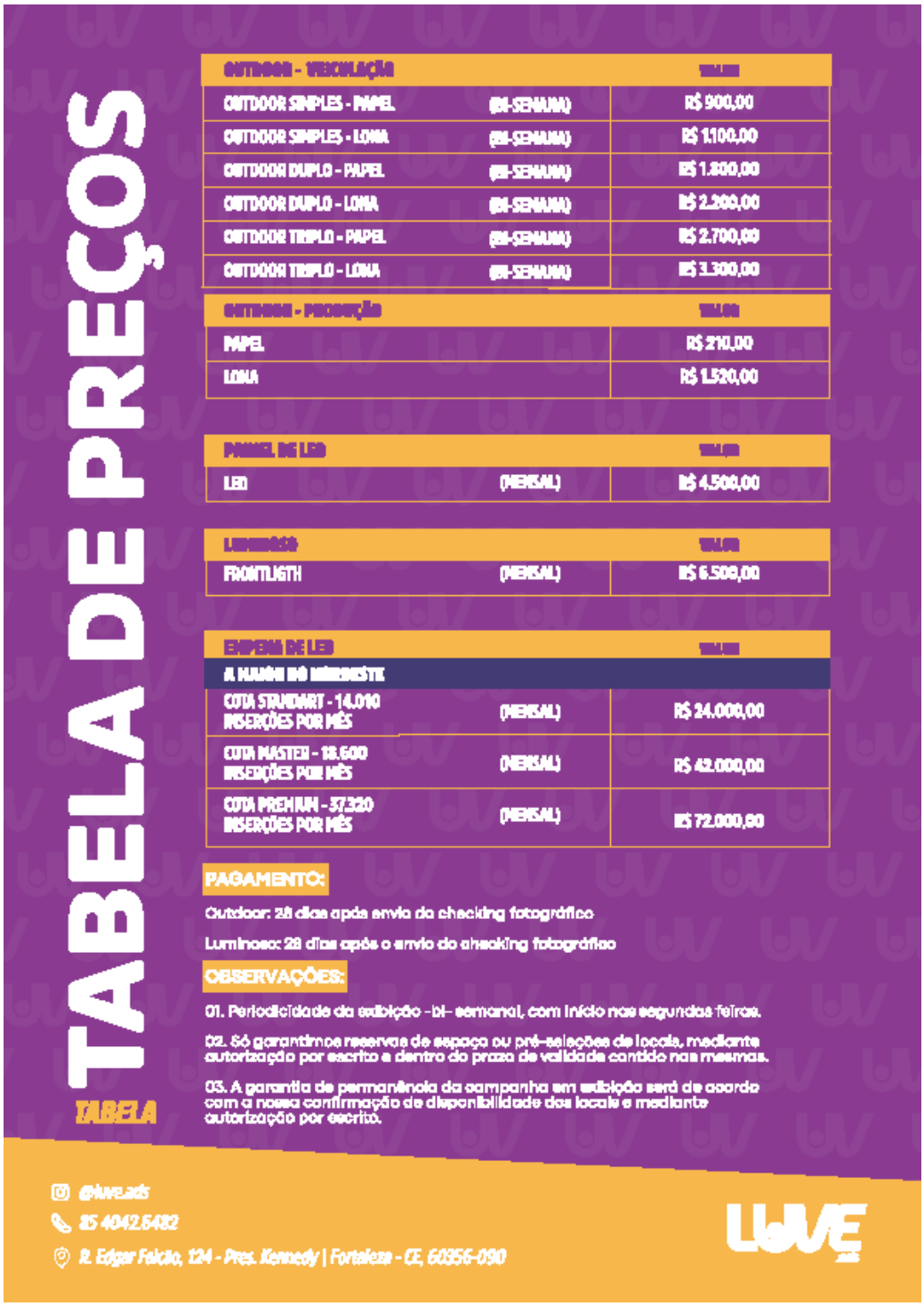
CLIENTE: PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
PEÇAS: VINHETA OOH, BACKDOOR, VIDRO EXTERNO E OUTDOOR
PERÍODO: JANEIRO - 2026
CAMPANHA: SÃO GONÇALO DO AMARANTE. O SEU DESTINO É SER FELIZ AQUI.
CONCORRÊNCIA Nº. 029.2025

MEIO - MÍDIA EXTERIOR

MERCADO/FORMATO | VEÍCULO | LOCAL	Formato	Valor unitário de tabela (Semana) (Meia Cota)		DESC. %	Valor unitário de tabela	JANEIRO - 2026																											Nº de inserções	Valor total	FLUXO PESSOAS / DIA	IMPACTOS NO PERÍODO	C.P.I.
						S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S									
						2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
FORTALEZA / CE																																						
ELETROMIDIA																																						
TELAS - EDIFICIOS COMERCIAIS	1280x670px 800x550px	R$	137,21	0,00%	R$	137,21	100 FACES - 129 INSERÇÕES / DIA DE 10" - 2 SEMANAS																											200	R$ 27.442,00		0	
TELAS - AEROPORTO FORTALEZA - CIRCUITO COBERTURA	1920x1030px 1080x1870px	R$	25.155,90	0,00%	R$	25.155,90	INSERÇÕES / DIA DE 10" - 1 SEMANA																											1	R$ 25.155,90		0	
SUBTOTAL ELETROMIDIA																																		201	R$ 52.597,90	0	0	
FORTALEZA / CE																																						
TOPDOOR																																						
BACKDOOR (TRASEIRÃO)	2,25m x 1,98m	R$	1.300,00	0,00%	R$	1.300,00	ADESIVO DE 10 TOPICS - 30 DIAS DE VEICULAÇÃO																											10	R$ 13.000,00	60.000	18.000.000	R$ 0,0007
SUBTOTAL TOPDOOR																																		10	R$ 13.000,00	60.000	18.000.000	
INTERIORCE																																						
TOPDOOR																																						
VIDRO EXTERNO - MACRORREGIÃO DO LITORAL NORTE	1,90m x 0,90m	R$	900,00	0,00%	R$	900,00	ADESIVO DE 5 TOPICS - 30 DIAS DE VEICULAÇÃO																											5	R$ 4.500,00	60.000	6.600.000	R$ 0,0007
VIDRO EXTERNO - MACRORREGIÃO DO LITORAL OESTE	1,90m x 0,90m	R$	900,00	0,00%	R$	900,00	ADESIVO DE 5 TOPICS - 30 DIAS DE VEICULAÇÃO																											5	R$ 4.500,00	60.000	6.600.000	R$ 0,0007
VIDRO EXTERNO - MACRORREGIÃO DO SERTÃO DE CANINDÉ	1,90m x 0,90m	R$	900,00	0,00%	R$	900,00	ADESIVO DE 5 TOPICS - 30 DIAS DE VEICULAÇÃO																											5	R$ 4.500,00	60.000	6.600.000	R$ 0,0007
VIDRO EXTERNO - MACRORREGIÃO DO SERTÃO DE SOBRAL	1,90m x 0,90m	R$	900,00	0,00%	R$	900,00	ADESIVO DE 5 TOPICS - 30 DIAS DE VEICULAÇÃO																											5	R$ 4.500,00	60.000	6.600.000	R$ 0,0007
VIDRO EXTERNO - MACRORREGIÃO DO LITORAL LESTE	1,90m x 0,90m	R$	900,00	0,00%	R$	900,00	ADESIVO DE 5 TOPICS - 30 DIAS DE VEICULAÇÃO																											5	R$ 4.500,00	60.000	6.600.000	R$ 0,0007
SUBTOTAL TOPDOOR																																		25	R$ 22.500,00	300.000	33.000.000	
FORTALEZA / CE																																						
LUVE																																						
OUTDOOR PAPEL PADRÃO	9m x 3m	R$	1.000,00	0,00%	R$	1.000,00	15 OUTDOORS EM PAPEL - 1 BISEMANA																											15	R$ 15.000,00	0	0	
SUBTOTAL LUVE																																		15	R$ 15.000,00	0	0	
Total Geral do Investimento no Meio DOOH e OOH																																		251	R$ 103.697,90		51.600.000	R$ 0,0020

30

Abaixo consta a tabela de preços da exibidora onde consta o preço de R$ 900,00 para a placa de outdoor simples – papel.



2. DA VIOLAÇÃO DOS PRINCÍPIOS NO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

2.1. Da violação aos princípios da vinculação ao edital, isonomia e julgamento objetivo

Consoante já explicitado, a proposta apresentada pela agência Mulato Comunicação apresenta vício relevante decorrente da utilização indevida de valores de tabela na simulação de mídia televisiva, em desacordo com as regras expressamente estabelecidas no Edital.

Relembrando que, conforme previsto no instrumento convocatório, as licitantes deveriam adotar, obrigatoriamente, os valores de tabela cheia vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação (28 de outubro de 2025).

Trata-se de exigência objetiva, que não comporta interpretação discricionária, justamente por assegurar a padronização das propostas e a comparabilidade entre os concorrentes.

Ao utilizar valores referentes à tabela de dezembro de 2025, inferiores aos de outubro, a Recorrida descumpriu frontalmente o Edital, incorrendo em violação direta ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, segundo o qual tanto a Administração quanto os licitantes estão estritamente vinculados às regras previamente estabelecidas.

Além disso, tal conduta compromete o princípio da isonomia, na medida em que confere vantagem indevida à licitante, que passou a trabalhar com custos artificialmente reduzidos na mídia televisiva, possibilitando a alocação de recursos de forma mais favorável em comparação às demais concorrentes que observaram corretamente os parâmetros editalícios.

A irregularidade também afeta o princípio do julgamento objetivo, uma vez que a avaliação das propostas deixa de se basear em critérios uniformes e previamente definidos, tornando-se distorcida pela adoção de premissas distintas entre os licitantes.

Ademais, ao se proceder à correção dos valores utilizados pela Recorrida, verifica-se que sua proposta ultrapassa o limite orçamentário fixado no Edital,

o que evidencia não apenas erro material, mas descumprimento objetivo das regras do certame, com impacto direto no resultado da licitação.

Diante desse cenário, a manutenção da proposta da licitante Mulato Comunicação no certame representa afronta aos princípios que regem as licitações públicas, impondo-se sua desclassificação como medida necessária à preservação da legalidade, da isonomia e da lisura do procedimento licitatório.

2.2. Da violação aos princípios da vinculação ao edital, isonomia, impessoalidade e julgamento objetivo no uso indevido de recursos próprios

Noutro ponto, a proposta da licitante Mulato Comunicação apresenta irregularidade ao considerar como “recurso próprio de comunicação” um ativo não previsto no Edital, qual seja, a utilização de micro-ônibus adesivado como meio institucional.

O instrumento convocatório, de forma objetiva e vinculante, delimitou, no Anexo I – Briefing, o rol de recursos próprios admitidos, restringindo-os ao Portal Oficial do Município, redes sociais institucionais (Facebook, YouTube e Instagram) e dependências administrativas. Tal definição visa assegurar uniformidade na elaboração das propostas e igualdade de condições entre as licitantes.

Ao extrapolar esse rol e incluir elemento não previsto, a Recorrida incorre em violação direta ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, uma vez que desconsidera critério objetivo estabelecido no Edital.

Além disso, tal conduta compromete o princípio da isonomia, pois admite a utilização de recurso não disponibilizado de forma padronizada às demais licitantes, criando vantagem indevida e rompendo o equilíbrio concorrencial.

Há também afronta ao princípio da impessoalidade, na medida em que se admite, ainda que implicitamente, o uso de ativo não formalmente disponibilizado no edital, o que fragiliza a neutralidade e a padronização exigidas no certame.

Por fim, resta prejudicado o princípio do julgamento objetivo, uma vez que a avaliação das propostas passa a considerar elementos não previstos nos critérios editalícios, comprometendo a comparabilidade e a uniformidade do julgamento técnico.

Dessa forma, a utilização indevida de recurso próprio não previsto no Edital configura vício grave, suficiente para invalidar a proposta técnica da Recorrida, impondo sua desclassificação.

2.3. Da violação aos princípios da vinculação ao edital, isonomia e julgamento objetivo na precificação de plataformas digitais

A licitante Mulato Comunicação também descumpriu regra expressa do Edital ao utilizar valores oriundos de *trading desks* em substituição às simulações diretas nas plataformas digitais, como exigido no item 11.3.4.2.d.

O Edital foi claro ao determinar que, na ausência de tabela fixa, os valores deveriam ser obtidos por meio de simulação nas próprias plataformas (Google Ads, Meta Ads, TikTok Ads, entre outras), justamente para garantir padronização e comparabilidade entre as propostas.

Ao adotar valores intermediados por *trading desks*, que incluem margens, custos operacionais e modelos próprios de precificação, a Recorrida descumpre o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, ao substituir metodologia obrigatória por critério não autorizado.

Tal prática também viola o princípio da isonomia, uma vez que diferentes *trading desks* operam com parâmetros próprios, inviabilizando a igualdade de condições entre as licitantes.

Ademais, resta comprometido o princípio do julgamento objetivo, pois a Administração passa a avaliar propostas baseadas em premissas heterogêneas, sem padronização, o que impede a aferição técnica precisa e comparável.

Dessa forma, a irregularidade compromete a confiabilidade da proposta e impõe sua desclassificação.

2.4. Da violação aos princípios da vinculação ao edital, isonomia e julgamento objetivo na utilização de preços de mídia em rádio

Na estratégia de mídia radiofônica, a licitante Mulato Comunicação utilizou valores incompatíveis com a tabela oficial da Rádio Beach Park, ao propor veiculação em faixa horária inexistente (05h às 00h), sem observar os critérios de mídia determinada previstos pelo próprio veículo.

Tal conduta viola diretamente o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, uma vez que o Edital exige a utilização de preços de tabela cheia vigentes, o que não foi observado.

A irregularidade também afronta o princípio da isonomia, pois a subavaliação dos custos gera vantagem competitiva indevida em relação às demais licitantes que utilizaram corretamente os valores oficiais.

Além disso, há violação ao princípio do julgamento objetivo, pois a proposta deixa de ser comparável, uma vez que se baseia em parâmetros distintos dos exigidos.

Cumpre destacar que, ao corrigir os valores, a proposta ultrapassa o teto orçamentário fixado no Edital, o que evidencia descumprimento objetivo das regras do certame.

2.5. Da violação aos princípios da vinculação ao edital, economicidade e julgamento objetivo na precificação do veículo OOH (Luve)

Por fim, verifica-se inconsistência na precificação do veículo Luve, em que a licitante adotou valor superior ao constante na tabela oficial para o formato “Outdoor Padrão Papel”.

Ainda que, nesse caso, o erro represente superavaliação, a irregularidade viola o princípio da vinculação ao edital, ao desconsiderar os valores oficiais obrigatórios.

Ademais, compromete o princípio do julgamento objetivo, pois distorce a composição da verba e prejudica a comparabilidade entre propostas.

Também há afronta ao princípio da economicidade, uma vez que a má alocação de recursos impede o melhor aproveitamento da verba pública, contrariando a lógica de eficiência exigida na contratação.

Dessa forma, a soma das irregularidades evidencia padrão reiterado de descumprimento das regras editalícias, assim como total desrespeito aos Princípios do procedimento licitatório, comprometendo a validade da proposta apresentada pela licitante Mulato Comunicação, o que impõe, de forma inequívoca, sua desclassificação do certame.

2.6. Da violação ao princípio da boa-fé

As irregularidades apontadas não se limitam a meros equívocos técnicos isolados, mas revelam conduta incompatível com o **princípio da boa-fé**, que

deve nortear a atuação dos licitantes em procedimentos administrativos. A adoção reiterada de critérios em desacordo com o Edital, seja na escolha de tabelas de preços, na utilização de recursos não previstos ou na precificação de mídias, evidencia a construção de uma proposta dissociada dos parâmetros obrigatórios do certame.

A boa-fé objetiva impõe às licitantes o dever de lealdade, cooperação e observância fiel às regras estabelecidas, não sendo admissível a utilização de expedientes que, ainda que indiretamente, resultem em vantagem competitiva indevida. No presente caso, a conduta da Recorrida compromete a confiança no procedimento licitatório, fragiliza a igualdade entre os concorrentes e afronta a integridade do julgamento técnico.

Dessa forma, a quebra do dever de boa-fé reforça a gravidade das irregularidades já demonstradas, constituindo fundamento adicional para a desclassificação da proposta da ag~encia licitante Mulato Comunicação, em preservação da lisura e da legalidade do certame.

2.7. Do formalismo moderado e seus limites no caso concreto

O princípio do formalismo moderado, consagrado no âmbito das licitações públicas, orienta que a Administração deve privilegiar a finalidade do procedimento, evitando a desclassificação de propostas por meras falhas formais que não comprometam sua essência ou a competitividade do certame.

Todavia, referido princípio não pode ser invocado para convalidar irregularidades de natureza material ou para afastar o cumprimento de exigências objetivas previstas no instrumento convocatório. Sua aplicação encontra limites claros nos princípios da vinculação ao edital, do julgamento objetivo e da isonomia, os quais exigem rigor na observância das regras previamente estabelecidas.

No caso em análise, as inconsistências verificadas na proposta da agência Mulato Comunicação não se configuram como falhas formais sanáveis, mas sim como vícios substanciais, que impactam diretamente a estrutura da proposta, a correta alocação da verba e a comparabilidade entre os concorrentes. Trata-se de descumprimento reiterado de critérios técnicos objetivos, expressamente previstos no Edital.

Admitir a flexibilização dessas exigências sob o argumento de formalismo moderado implicaria, na prática, violar a isonomia entre os licitantes, premiando proposta elaborada em desconformidade com as regras e prejudicando aquelas que observaram rigorosamente o instrumento convocatório.

Dessa forma, a aplicação do formalismo moderado ao presente caso mostra-se indevida, devendo prevalecer a observância estrita das regras editalícias, com a consequente desclassificação da proposta irregular, em respeito à legalidade e à lisura do procedimento licitatório.

3. DO MÉRITO

Conforme fora observado, a análise da proposta apresentada pela agência Mulato Comunicação evidencia a ocorrência de múltiplas irregularidades de natureza material, as quais, de forma isolada e, sobretudo, em conjunto, comprometem a validade da proposta técnica e impõem sua desclassificação.

Inicialmente, verifica-se violação direta ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, na medida em que a Recorrida deixou de observar critérios objetivos expressamente previstos no Edital, especialmente quanto à correta utilização de valores de tabela, à adoção de parâmetros obrigatórios para simulação de mídia e à observância dos recursos próprios de comunicação previamente definidos. O descumprimento dessas regras não pode ser relativizado, sob pena de esvaziamento da força normativa do Edital.

As irregularidades constatadas também afrontam o princípio da isonomia, uma vez que a utilização de parâmetros distintos daqueles exigidos, como a adoção de tabelas de preços indevidas, valores não padronizados e recursos não previstos, gera vantagem competitiva indevida à Recorrida, prejudicando as demais licitantes que observaram rigorosamente as disposições editalícias.

De igual modo, resta comprometido o princípio do julgamento objetivo, pois a proposta da licitante não se baseia em critérios uniformes e comparáveis, dificultando a adequada avaliação pela Comissão e distorcendo o resultado do certame. A adoção de metodologias diversas das previstas no Edital impede a aferição técnica equânime entre os concorrentes.

Verifica-se, ainda, afronta ao princípio da impessoalidade, especialmente no que se refere à utilização de recursos não previstos como institucionais, o que fragiliza a neutralidade do procedimento e admite, indevidamente, o uso de elementos não disponibilizados de forma igualitária a todos os participantes.

No tocante à execução da proposta, observa-se também violação ao princípio da economicidade, na medida em que a incorreta aplicação de valores de mídia compromete a adequada alocação da verba pública, impedindo a maximização dos resultados pretendidos pela Administração.

Não bastasse, a conduta da Recorrida revela desrespeito ao princípio da boa-fé objetiva, uma vez que a elaboração da proposta em desacordo com regras claras do Edital demonstra ausência de lealdade e comprometimento com a lisura do certame, fragilizando a confiança no procedimento licitatório.

Cumpre destacar que tais irregularidades não podem ser enquadradas como meras falhas formais. Ao contrário, tratam-se de vícios substanciais que afetam diretamente o conteúdo da proposta, a formação de preços, a estratégia de mídia e a própria adequação aos limites orçamentários estabelecidos. Nesse contexto, mostra-se inaplicável o princípio do formalismo moderado, que não autoriza a convalidação de erros que comprometam a essência da proposta ou que impliquem descumprimento de critérios objetivos de julgamento.

Ademais, ao se proceder à correção dos valores indevidamente adotados pela Recorrida, verifica-se que sua proposta ultrapassa o teto orçamentário fixado no Edital, o que configura descumprimento objetivo e autônomo suficiente para ensejar sua desclassificação.

Diante desse conjunto de irregularidades, que envolvem o uso indevido de tabelas de preços, a adoção de parâmetros não previstos, a utilização incorreta de recursos próprios, a precificação inadequada de mídias e a extrapolação do limite orçamentário, resta evidenciado que a proposta da agência Mulato Comunicação não atende aos requisitos editalícios nem aos princípios que regem as licitações públicas.

Além do desrespeito às normas existentes sobre licitações, especificamente os Princípios Procedimentais, a classificação da agência recorrida, nos moldes da proposta desrespeitosa, ainda contraria fortemente a Jurisprudência, no que diz respeito às suas condutas praticadas.

> A adjudicação e a homologação do objeto do certame à empresa declarada vencedora com base em critério de classificação desconforme com os requisitos do edital e do termo de referência, introduzido em sistema oficial (Comprasnet) sem a republicação do instrumento convocatório, afronta os princípios da legalidade, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo.
>
> **Insere-se na esfera de discricionariedade da Administração a eleição das exigências editalícias consideradas necessárias e adequadas em relação ao objeto licitado, com a devida fundamentação técnica. Entretanto, em respeito ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, é inadmissível que a Administração deixe de aplicar exigências previstas no próprio edital que tenha formulado**.

> Acórdão 2730/2015-Plenário | Relator: BRUNO DANTAS ÁREA: Licitação | TEMA: Habilitação de licitante | SUBTEMA: Princípio da vinculação ao instrumento convocatório
>
> Acórdão 966/2011-Primeira Câmara | Relator: MARCOS BEMQUERER ÁREA: Licitação | TEMA: Julgamento | SUBTEMA: Princípio da vinculação ao instrumento convocatório 1633. Outros indexadores: Princípio da seleção da proposta mais vantajosa, Princípio da isonomia, Proposta de preço, Proposta técnica. **Há necessidade de definição nos editais licitatórios de disposições claras e parâmetros objetivos para o julgamento das propostas**. Acórdão 3622/2011-Segunda Câmara | Relator: AROLDO CEDRAZ

Assim, a manutenção de sua classificação representa afronta à legalidade, à isonomia e à lisura do certame, impondo-se, como medida necessária e juridicamente adequada, a sua desclassificação, com a consequente readequação da ordem classificatória.

4. Dos Requerimentos:

Diante de todo o exposto, requer a Recorrente:

a) **O conhecimento e provimento do presente recurso administrativo, para que seja revista a decisão que classificou em primeiro lugar a agência Mulato Comunicação Ltda., diante das irregularidades materiais apontadas**;

b) **A desclassificação da proposta da licitante Mulato Comunicação Ltda.**, em razão do descumprimento das exigências editalícias, especialmente quanto à inadequação na Estratégia de Mídia e Não Mídia, utilização indevida de valores de tabela, adoção de parâmetros não previstos, extrapolação do limite orçamentário e demais vícios que comprometem a validade da proposta;

c) **A readequação da ordem de classificação do certame, com o consequente reposicionamento da Recorrente SG Propag Comunicação e Marketing Ltda. entre as primeiras colocadas,**

em estrita observância aos critérios objetivos estabelecidos no Edital;

d) **Caso não seja esse o entendimento desta Comissão, requer-se o encaminhamento do presente recurso à autoridade superior competente**, nos termos do art. 166, §2º, da Lei nº 14.133/2021, para apreciação e decisão final;

e) Por fim, requer que todas as decisões sejam devidamente motivadas, com enfrentamento específico dos pontos suscitados neste recurso, em observância aos princípios da legalidade, motivação e transparência administrativa.

Termos em que, confia no deferimento

De Fortaleza/CE para São Gonçalo do Amarante , 14 de abril de 2026.

Roberto Claudio Gomes Santos

SG PROPAG COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA