MUNICIPIO DE ARARANGUA
Processo Digital
Comprovante de Abertura do Processo

COMPROVANTE DE ABERTURA

Processo: N° 6163/2026 Cód. Verificador: 78QKWO02

Requerente: 3677168 - LEGADO PUBLICIDADE LTDA
CPF/CNPJ: 26.218.216/0001-11
Endereço: RUA Sao Donato Nº 95 **CEP:**88.820-000
Cidade: Içara **Estado:**SC
Bairro: centro
Fone Res.: 489122-3601 **Fone Cel.:** Não Informado
E-mail: Não Informado
Assunto: ASSUNTO GERAL
Subassunto: RECURSO ADMINISTRATIVO
Data de Abertura: 23/03/2026 11:57
Previsão: 22/04/2026

Documentos do Processo

Outros Documentos

Descrição	Entregue	Anexo
		scanner_protocolo_20260323_115532_202077.pdf
Quantidade de Documentos:	0	**Quantidade de Documentos Entregues:** 0

Observação

A/C DEP. LICITAÇÃO

LEGADO PUBLICIDADE LTDA
Requerente

AGNES ELIAS DA SILVA
Funcionário(a)

Recebido

Site para consulta: ararangua.atende.net
Telefone da Prefeitura: (48) 3521-0900

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

(EDITAL DE LICITAÇÃO Nº. 140/2025)

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

RECURSO ADMINISTRATIVO

Legado Publicidade Ltda, já qualificada no processo administrativo, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, com fundamento no art. 109, I, da Lei 8.666/93 e art. 11, §4º, VIII, da Lei 12.232/10, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face do julgamento das propostas técnicas e preço realizadas, pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

A vinculação do processamento da licitação em observância e conformidade com as determinações da lei e do Edital é ponto de partida inquestionável e sedimentado.

O art. 43 da Lei 8.666/93 determina que:

> Art. 43. A licitação será processada e julgada com observância dos seguintes procedimentos:
> IV - **verificação da conformidade de cada proposta com os requisitos do edital** e, conforme o caso, com os preços correntes no mercado ou fixados por órgão oficial competente, ou ainda com os constantes do sistema de registro de preços, os quais deverão ser devidamente registrados na ata de julgamento, promovendo-se a desclassificação das propostas desconformes ou incompatíveis;
> V - **julgamento e classificação das propostas de acordo com os critérios de avaliação constantes do edital**;

A mesma Lei é ainda mais contundente no que se refere a exequibilidade das propostas e respeito ao limite global superior de gastos.

> Art. 48. Serão **desclassificadas**:
> II - **propostas com valor global superior ao limite estabelecido** ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato, condições estas necessariamente especificadas no ato convocatório da licitação.

Inúmeras irregularidades a seguir maculam a proposta técnica e de preço apresentada pela licitante Aspekto Comunicação Ltda.

Compreende-se que é um processo extenso, mas é necessário rever-se alguns pontos importantes.

SEGUEM VÍCIOS DE PRECIFICAÇÃO E VANTAGEM COMPETITIVA INDEVIDA: VIOLAÇÃO INSANÁVEL AO EDITAL.

NÃO ATENDIMENTO AO EDITAL - ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – **Todos os lotes.**

O que diz o edital:

III - Idéia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos seguintes meios, totalizando 04 (quatro) páginas:

a) Midias Impressas - Jornal, ~~ou~~ Revista, faixas, folders, outdoor - layout;

b) Midias Digitais: layout;

c) VT: storyboard;

d) Spot ou Jingle/Rádio: roteiro.

IV - Estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, sem inclusão no limite máximo de páginas fixadas.

O que diz as respostas dos esclarecimentos:

4-Ainda sobre o plano de comunicação está correto o entendimento que o plano de comunicação deve constar apenas os valores tabelas dos veículos e o de produção das peças? Está correto também que no plano de comunicação não deve constar os valores da tabela Sinapro vigente para a criação das peças?
Resposta: Correto entendimento

Com esse esclarecimento respondido claro e objetivo mostra que a agência não poderia apresentar custos internos, valores tabela Sinapro dentro do plano de comunicação.

No total tivemos 5 agências participantes. E das 5 apenas a agência ASPEKTO infringiu o edital, as divergências constatadas em relação à Tabela Referencial do SINAPRO **não configuram meros ajustes ou diferenças de critério, mas vícios graves que comprometem a isonomia entre licitantes e a própria comparabilidade das propostas. Ao lançar valores da tabela Sinapro a Recorrida distorceu artificialmente a composição da verba publicitária.**

Tal conduta **afronta** diretamente o princípio da vinculação ao instrumento convocatório e o art. **6º, V, da Lei nº 12.232/2010**, diante das discrepâncias apresentadas. Nessas circunstâncias, impõe-se como consequência lógica e necessária a **desclassificação** da proposta por **inobservância das regras editalícias** e por comprometer a objetividade do julgamento.

1 – HUB – **ATENDEU CORRETAMENTE** E NÃO COBROU OS CUSTOS INTERNOS CONFORME MOSTRA ABAIXO

Anexo G

Resumo Geral de Investimentos

Meios	Peças	Quantidade Peças Criadas	Quantidade Peças Produzidas	Custo de Criação	Custos Produção	Custos Mídia	Inserções no Meio	Investimento Total
Rádio	Spot 30"	1	1		1.350,00	41.471,58	283	42.821,58
TV	VT 30"	1	1		15.000,00	36.912,66	27	51.912,66
Outdoor	Cartaz Papel	1	6		4.500,00	8.400,00	6	12.900,00
Não-Mídia	Card Redes Sociais	1	1		650,00			650,00
	Site Institucional	1	1		2.500,00			2.500,00
	Vídeo Institucional	1	1		10.000,00			10.000,00
	Faixa	1	1		400,00			400,00
	Folder	1	2000		800,00			800,00
	Fotos para peças impressas	10	10		2.500,00			2.500,00
	Reels 30"	1	1		3.000,00			3.000,00
Total Custos de Mídia								80.284,24 63,1%
Total Geral da Campanha								127.484,24 100%

HUBCRIAÇÃO inteligência faz sucesso

+55 48 3333 0509 / contato@hubcriacao.com.br
Rod. SC 401, n. 600 - Edifício Alfama - Sala 203 - Florianópolis - SC

2 – TALK – **ATENDEU CORRETAMENTE** E NÃO COBROU OS CUSTOS INTERNOS CONFORME MOSTRA ABAIXO

[redacted]

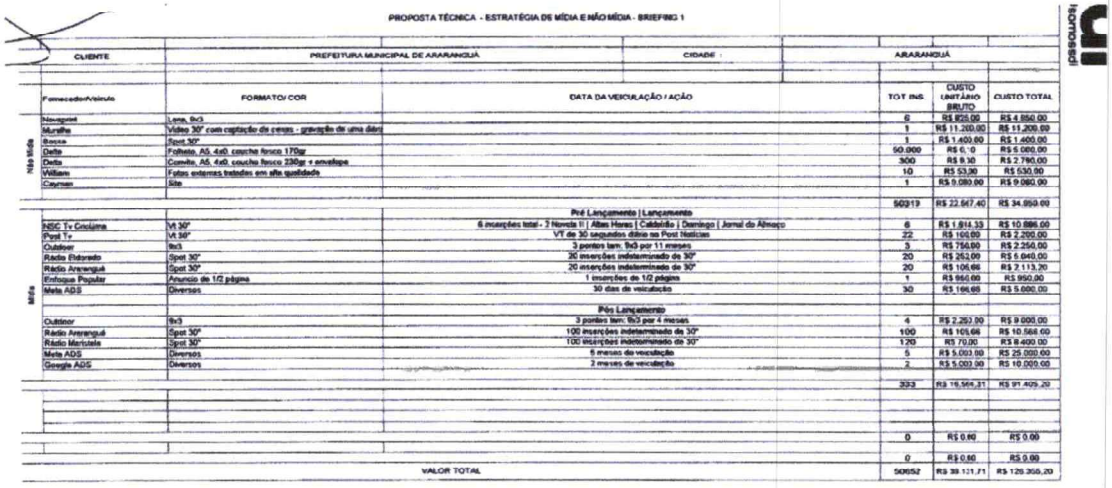
Resumo de investimento em mídia e produção

Meio	Veículo	Formato	Período de Veiculação	Inserções	Investimento	Investimento Bruto Total	% Meio
TV Regional	TV Sul Catarinense	01vídeo 30"	30 dias	7	R$ 7.625,14	R$ 7.625,14	17%
Rádio	02 Emissoras	01 Spots 30"	30 dias	75	R$ 8.891,31	R$ 8.891,31	20%
Digital	Programática Display	01 modelo de display	30 dias	190.000	R$ 1.520,00	R$ 1.520,00	10,4%
	YouTube	01vídeo 30"	30 dias	195.000	R$ 2.180,10	R$ 2.180,10	14,9%
	Mobile - Push Notification	Texto	1 dia	3.000	R$ 840,00	R$ 840,00	5,7%
	Mobile - Game	01 display	30 dias	8.000	R$ 1.426,80	R$ 1.426,80	9,7%
	Meta Ads	1 carrossel + 1 story + 1 vídeo	30 dias	260.000	R$ 1.692,50	R$ 1.692,50	11,5%
	Linkedin	1 carrossel + 1 vídeo 30"	30 dias	8.000	R$ 894,48	R$ 894,48	6,1%
	TikTok	01vídeo 30"	30 dias	105.000	R$ 1.026,90	R$ 1.026,90	7,0%
	Plataformas de Áudio	01 Spot 30"	30 dias	57.000	R$ 5.082,69	R$ 5.082,69	34,7%
Total Internet				616.000	R$ 14.663,47	R$ 14.663,47	33%
OOH	Painel Rodoviário c/ aplique	01 modelo	30 dias	2	R$ 10.000,00	R$ 10.000,00	23%
	outdoor duplo c/ aplique	01 modelo	01 bissemana	1	R$ 2.800,00	R$ 2.800,00	3%
Total OOH				3	R$ 12.800,00	R$ 12.800,00	29%
Total Geral de Mídia				816.085	R$ 43.979,92	R$ 43.979,92	35%
Total de Produção					R$ 82.142,25	R$ 82.142,25	65%
Total Geral de Mídia e Produção					R$ 126.122,17	R$ 126.122,17	100%

TALK

103 . CENTRO . ARARANGUÁ . SC

3 – SDI – **ATENDEU CORRETAMENTE** E NÃO COBROU OS CUSTOS INTERNOS CONFORME MOSTRA ABAIXO



PROPOSTA TÉCNICA - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - BRIEFING 1

CLIENTE	PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ	CIDADE :	ARARANGUÁ		
	Fornecedor/Veículo	FORMATO/ COR	DATA DA VEICULAÇÃO / AÇÃO	TOT INS.	CUSTO UNITÁRIO BRUTO	CUSTO TOTAL
Não Mídia	Newsprint	Lona, 9x3		6	R$ 825,00	R$ 4.950,00
	Mundhe	Vídeo 30" com captação de cenas - gravação de uma dia		1	R$ 11.200,00	R$ 11.200,00
	Bosco	Spot 30"		1	R$ 1.400,00	R$ 1.400,00
	Delfe	Folheto, A5, 4x0, couche fosco 170gr		50.000	R$ 0, 0	R$ 5.000,00
	Delta	Comfie, A5, 4x0, couche fosco 230gr + envelope		300	R$ 9,30	R$ 2.790,00
	William	Fotos externas tratadas em alta qualidade		10	R$ 53,00	R$ 530,00
	Cayman	Site		1	R$ 9.080,00	R$ 9.080,00
				50319	R$ 22.947,40	R$ 34.950,00
Mídia			Pré Lançamento | Lançamento			
	NSC Tv Criciúma	VT 30"	6 inserções total - 2 Novela 11 | Altas Horas | Caldeirão | Domingo | Jornal do Almoço	6	R$ 1.814,33	R$ 10.886,00
	Post Tv	VT 30"	VT de 30 segundos dário na Post Notícias	22	R$ 100,00	R$ 2.200,00
	Outdoor	9x3	3 pontos tem: 9x3 por 11 meses	3	R$ 750,00	R$ 2.250,00
	Rádio Eldorado	Spot 30"	20 inserções indeterminado de 30"	20	R$ 252,00	R$ 5.040,00
	Rádio Araranguá	Spot 30"	20 inserções indeterminado de 30"	20	R$ 105,66	R$ 2.113,20
	Enfoque Popular	Anuncio de 1/2 página	1 inserções de 1/2 página	1	R$ 950,00	R$ 950,00
	Meta ADS	Diversos	30 dias de veiculação	30	R$ 166,66	R$ 5.000,00
			Pós Lançamento			
	Outdoor	9x3	3 pontos tem: 9x3 por 4 meses	4	R$ 2.250,00	R$ 9.000,00
	Rádio Araranguá	Spot 30"	100 inserções indeterminado de 30"	100	R$ 105,66	R$ 10.566,00
	Rádio Mariotata	Spot 30"	100 inserções indeterminado de 30"	120	R$ 70,00	R$ 8.400,00
	Meta ADS	Diversos	6 meses de veiculação	5	R$ 5.000,00	R$ 25.000,00
	Google ADS	Diversos	2 meses de veiculação	2	R$ 5.000,00	R$ 10.000,00
				333	R$ 16.564,31	R$ 91.405,20
				0	R$ 0,00	R$ 0,00
				0	R$ 0,00	R$ 0,00
		VALOR TOTAL		50652	R$ 39.121,71	R$ 126.355,20

4 – LEGADO – **ATENDEU CORRETAMENTE** E NÃO COBROU OS CUSTOS INTERNOS CONFORME MOSTRA ABAIXO

Segue planilha de distribuição de mídia por segmento:

PROGRAMAÇÃO / COLOCAÇÃO Spot - 30 segundos	CUSTO UNITÁRIO	30 dias 1ª Semana	2ª Semana	3ª Semana	4ª Semana	Nº INS.	CUSTO TOTAL	% POR MEIOS	$ POR MEIOS
Rádio 92 FM - Indeterminado	R$ 131,79	5	5	5	5	20	R$ 2.635,80	32%	R$ 9.433,60
Rádio Araranguá - Indeterminado	R$ 105,66	5	5	5	5	20	R$ 2.113,20		
Rádio 93 FM	R$ 132,20	5	5	5	5	20	R$ 2.644,00		
Rádio Mampituba FM	R$ 102,03	5	5	5	5	20	R$ 2.040,60		

PROGRAMAÇÃO / COLOCAÇÃO VT - 30 segundos	CUSTO UNITÁRIO	30 dias 1ª Semana	2ª Semana	3ª Semana	4ª Semana	Nº INS.	CUSTO TOTAL	% POR MEIOS	$ POR MEIOS
NSC - Bom Dia Santa Catarina	R$ 388,00	3				3	R$ 1.164,00	61%	R$ 18.032,40
NSC - Bom Dia Brasil	R$ 506,00	2				2	R$ 1.012,00		
NSC - Jornal do Almoço	R$ 2.385,00	2				2	R$ 4.770,00		
NSC - Caldeirão	R$ 1.214,00	1				1	R$ 1.214,00		
NSC - Fantástico	R$ 3.670,00	1				1	R$ 3.670,00		
TV Sul - Jornal do Meio Dia	R$ 1.471,00	2				2	R$ 2.942,00		
TV Sul - Em Pauta Entrevistas e Debates	R$ 1.630,20	2				2	R$ 3.260,40		

PROGRAMAÇÃO / COLOCAÇÃO Digital	CUSTO UNITÁRIO	30 dias 1ª Semana	2ª Semana	3ª Semana	4ª Semana	Nº INS.	CUSTO TOTAL	% POR MEIOS	$ POR MEIOS
Redes Sociais / Card Feed	R$ 0,01	x	x	x	x	100000	R$ 901,00	7%	R$ 2.222,50
Redes Sociais / Vídeo VT 30"	R$ 0,01	x	x	x	x	150000	R$ 901,50		
Youtube / Vídeo VT 30'	R$ 0,06	x	x	x	x	12000	R$ 720,00		

Custo Total Mídia	R$ 29.688,50	100%

PRODUÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL
Cartaz A3	R$ 5,71	200	R$ 1.142,00
Spot, VT e fotos	Fotos + 01 audio + 01 VT		R$ 9.200,00
	Custo Total Produção		R$ 10.342,00

Custo Total Campanha Simulada	R$ 40.030,50

5 – ASPEKTO – **NÃO ATENDEU** O EDITAL E ESTÁ EM TOTAL DESCONFORMIDADE, COBRANDO DO MUNICIPIO INDEVIDAMENTE NA SUA ESTRATÉGIA CUSTOS INTERNOS, ONDE TANTO O EDITAL QUANTO O ESCLARECIMENTO ESTAVAM CLARO QUE NÃO TINHA APRESENTAÇÃO DE COBRANÇA DOS CUSTOS INTERNOS, SEGUE ABAIXO A TABELA INDICANDO OS CUSTOS INTERNOS.

Tabela 1.2

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Jornal	½ página colorida	2.050,00	13.143,68	3.285,92	18.479,60
Rádio	Spot 30"	2.375,00	18.535,16	4.602,54	25.512,70
Outdoor	Outdoor	4.456,00	5.560,00	1.240,00	11.256,00
TV aberta	VT 30"	7.159,00	26.099,71	6.077,32	39.336,03
Portais, Blogs e Sites	Super Banner	3.034,00	13.740,23	3.435,05	20.209,28
Redes Sociais e Site Próprio	Arte Redes Sociais	1.174,00	0,00	0,00	1.174,00
Geolocalização Google Ads	Super Banner	0,00	3.000,00	0,00	3.000,00
Publya Mídia programática / YouTube, Instagram e Facebook	VT 30"	0,00	5.500,00	0,00	5.500,00
Material Gráfico	Panfleto A5	1.431,00	1.360,00	240,00	3.031,00
Total Geral					127.498,61

Simulação de Plano de Distribuição da Campanha Publicitária da Prefeitura Municipal de Araranguá.

Tabela 1.1

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária – Detalhado					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Criação de Anuncio Institucional para Jornal.	½ página colorida	2.050,00	0,00	0,00	2.050,00
Veiculação de 4 anuncio institucional no Volta Grande (Abrangência Sul de Santa Catarina)	½ página colorida	0,00	936,00	484,00	2.420,00
Veiculação de 4 anuncios institucionais no O Tempo (Abrangência Sul de Santa Catarina)	½ página colorida	0,00	2.400,00	600,00	3.000,00
Veiculação de 4 anuncios institucionais no Jornal Enfoque Popular (Abrangência Sul de Santa Catarina)	½ página colorida	0,00	3.200,00	800,00	4.000,00
Veiculação de 2 anuncios institucionais no Jornal Correio do Sul (Abrangência Sul de Santa Catarina)	½ página colorida	0,00	2.400,00	600,00	3.000,00
Veiculação de 1 anuncio institucional no Jornal Tribuna de Noticias (Abrangência Sul de Santa Catarina)	½ página colorida	0,00	3.207,68	801,92	4.009,60
Criação de Texto Simples para Spot Institucional 30 segundos para rádio.	Spot 30"	2.375,00	0,00	0,00	2.375,00
Produção de Spot Institucional de 30 segundos para rádio	Spot 30"	0,00	425,00	75,00	500,00
Veiculação de 90 anúncios (spot) institucionais na Rádio Araranguá FM (Abrangência: Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	7.946,64	1.986,66	9.933,30
Veiculação de 48 anúncios (spot) Institucionais na Rádio 92.5 FM (Abrangência: Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	5.301,12	1.325,28	6.626,40
Veiculação de 68 anúncios (spot) Institucionais na Rádio 93 FM (Abrangência: Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	1.468,80	367,20	1.836,00
Veiculação de 30 anúncios (spot) institucionais na Rádio Som Maior FM (Abrangência: Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	1.680,00	420,00	2.100,00
Veiculação de 35 anúncios (spot) institucionais na Rádio Integração FM (Abrangência: Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	856,80	214,20	1.071,00
Veiculação de 35 anúncios (spot) institucionais na Rádio Mampituba FM (Abrangência: Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	856,80	214,20	1.071,00
Criação de Mídia Exterior – Outdoor, medindo 9 x 3 metros	Outdoor	4.456,00	0,00	0,00	4.456,00
Produção de 8 jogos de papéis de outdoor, medindo 9 x 3 m com aplique	Outdoor	0,00	2.040,00	360,00	2.400,00
8 exibições em tabuletas de outdoor com impacto de visibilidade, para uma bissemana cada um	Outdoor	0,00	3.520,00	880,00	4.400,00
Criação de roteiro para VT institucional 30 segundos para TV e Mídias Sociais	VT 30"	7.159,00	0,00	0,00	7.159,00
Produção, captação de imagens e edição VT Institucional 30 segundos para TV e Mídias Sociais	VT 30"	0,00	3.650,75	644,25	4.295,00
Banco de imagens Freepik (pacote PRO)	Fotos e vídeos	0,00	716,67	0,00	716,67

Esse erro gravíssimo fere inclusive um dos itens de avaliação que diz o seguinte:

3. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

Lei Federal nº 12.232/2010 – Dispõe sobre normas para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências;

Lei Federal nº 14.133/2021 – Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos;

Princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade, isonomia e julgamento objetivo;

Jurisprudência e boas práticas da Administração Pública.

IV - Estratégia de mídia e não mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;

b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;

d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

Assim, restou evidente que a proposta técnica entregue não atendeu ao edital e não pôde ser avaliado objetivamente, o que viola frontalmente o princípio do julgamento objetivo (art. 11, §4º, III, da Lei nº 12.232/2010) e compromete a comparabilidade entre as licitantes.

Nos termos do art. 11, incisos III e V, da Lei nº 12.232/2010, cumpre à Comissão de Licitação desclassificar propostas que apresentem dados incorretos ou em desacordo com as exigências editalícias.

Diante disso, impõe-se a desclassificação da proposta técnica, nos termos do edital e da Lei nº 12.232/2010.

NÃO ATENDIMENTO AO EDITAL - ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Lote 1.

Briefing 1

Contextualização: No edital retificado 2, tinha 4 meios indicados na ideia criativa conforme mostra abaixo:

a) Midias Impressas - Jornal, ~~ou~~ Revista, faixas, folders, outdoor - layout;

b) Midias Digitais: layout;

c) VT: storyboard;

d) Spot ou Jingle/Rádio: roteiro.

1) Só podem ser pensadas na estratégia de Comunicação publicitária e na estratégia de Midia e Não Midia as 4 peças descritas na idéia criativa? Ou é possível criar a estratégia de comunicação e a estratégia de mídia e não mídia pensando em mais peças?

Resposta: Será alterado as contas a serem utilizadas em reratificação 2 do edital, limita-se as possibilidades descritas em cada uma das 4 opções listadas e ajustadas.

Quando perguntado se na estratégia de mídia poderia contar mais peças foi respondido claramente que **NÃO**, indicando que teve essa retificação no edital 2 mais que as peças estavam limitadas em 4 como segue a resposta abaixo:
Dessa forma, verifica-se que a agência Aspekto, mais uma vez, desconsidera as diretrizes estabelecidas no edital ao apresentar um plano de mídia e ideia criativa em desacordo com as peças previamente indicadas, configurando um erro grave que compromete a lisura e a coerência do processo.

Conforme estabelecido no Briefing 1, as peças apresentadas constituíam um conjunto de opções, das quais deveriam ser selecionadas quatro para a comprovação da ideia criativa, bem como para a construção da estratégia de mídia e não mídia. Em nenhum momento o documento autoriza a inclusão de formatos distintos daqueles definidos no briefing.

Ressalta-se que, conforme evidenciado na imagem abaixo extraída integralmente do briefing, não há qualquer menção à possibilidade de utilização de BANNER WEB. Ainda assim, a agência Aspekto desconsidera completamente essa orientação ao inserir, em sua estratégia, banners em portais de notícias, em evidente desconformidade com as regras estabelecidas.

Tal conduta demonstra não apenas o descumprimento objetivo do briefing, mas também fragiliza a aderência técnica da proposta apresentada.

O que diz o briefing:

5. Canais de Comunicação

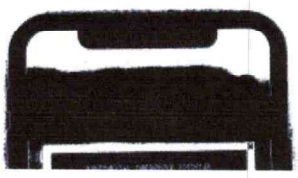
- Plataformas Digitais: redes sociais oficiais da Prefeitura, reels, vídeos institucionais e site institucional.

- Mídias Impressas e Tradicionais: outdoors, faixas, folders turísticos, anúncios em rádio e TV locais.

O que a agência Aspekto apresentou:

Ideia Criativa:
Peça 01: Layout de Card PopUp – Mídias Digitais.
Veiculação: Portais e Sites de Notícias.

POPUP EM SITE DE NOTÍCIAS



SCC TV/SBT (Abrangência: Sul de Santa Catarina região serrana).					
Criação de Super Banner/padrão IAB para os sites, blogs e portais de notícias.	Super Banner	2.202,00	0,00	0,00	2.202,00
Adaptação de peça de Super Banner para Half Banner para portais, blogs e sites, em formato diferente.	Half Banner	832,00	0,00	0,00	832,00
Inserção, período de 30 dias, de anúncio tipo Super Banner no (Portal Agora Sul) Abrangência: Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	6.048,00	1.512,00	7.560,00
Inserção, período de 30 dias, de anúncio tipo Super Banner no (Portal Post TV) Abrangência: Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	2.400,00	600,00	3.000,00
Inserção, período de 30 dias, de anúncio tipo Super Banner no (Portal Rádio Araranguá) Abrangência: Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	2.520,00	630,00	3.150,00
Inserção, período de 30 dias, de anúncio tipo Super Banner no (Portal TN SUL) Abrangência: Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	2.772,23	693,05	3.465,28
Criação de 1 card visual para Redes Sociais Facebook, Instagram da Prefeitura de Araranguá	Identidade Visual Redes Sociais	1.174,00	0,00	0,00	1.174,00
Google adwords	Banner 300x250 px 30 dias	0,00	3.000,00	0,00	3.000,00
Publya mídia programática	Vídeo 30" comercial p/ YouTube, Instagram e	0,00	5.500,00	0,00	5.500,00

Ressalta-se que o erro em questão foi cometido exclusivamente pela agência Aspekto. Todas as demais agências participantes, conforme verificado nos cadernos apresentados, atenderam rigorosamente às diretrizes do Briefing 1, não incluindo a utilização de banner web em portais ou blogs.

Reitera-se, portanto, que a agência Aspekto foi a única a inserir, em sua proposta, uma peça não prevista e não permitida no Briefing 1, contrariando de forma inequívoca as orientações estabelecidas no edital e nos esclarecimentos complementares. Tal inconsistência evidencia o descumprimento das regras do processo, comprometendo a conformidade técnica da proposta apresentada.

NÃO ATENDIMENTO AO EDITAL - ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Lote 2.

Briefing 2 Educação

5. Canais de Comunicação

- **Plataformas Digitais**: redes sociais, vídeos curtos, animações explicativas, site institucional.
- **Mídias Impressas e Tradicionais**: folders, painéis, outdoors, faixas, rádio e TV local.
- **Comunicação nas Escolas**: murais, cartazes, eventos temáticos e distribuição de material informativo.

Mais uma vez, a agência Aspekto desconsidera as disposições expressas no edital ao incluir, em sua campanha, peças que não estão previstas nem autorizadas no Briefing 2, demonstrando claro desalinhamento com as diretrizes estabelecidas para o desenvolvimento das propostas.

Outro ponto crítico identificado foi a indução da comissão a erro pela ausência de detalhamento completo dos custos de veiculação. No caso específico do busdoor, foram apresentados apenas os custos internos e de produção dos adesivos, sem qualquer menção aos valores correspondentes à veiculação propriamente dita.

Tabela 1.2

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária – Detalhado					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Jornal	½ página colorida	2.050,00	1.284,00	321,00	3.655,00
Rádio	Spot 30"	2.375,00	3.321,46	810,18	6.506,64
Mídia exterior (OOH)	Outdoor	4.456,00	695,00	155,00	5.306,00
Mídia exterior (OOH)	Busdoor	3.579,00	326,40	57,60	3.963,00
TV aberta	VT 30"	7.159,00	3.755,74	786,12	11.700,86
Portais, Blogs e Sites	Super Banner	3.034,00	3.929,60	982,40	7.946,00
Redes Sociais e Site Próprio	Arte Redes Sociais	3.522,00	0,00	0,00	3.522,00
Total Geral					42.599,50

Catarina).					
Criação de Mídia Exterior – Outdoor, medindo 9 x 3 metros.	Outdoor	4.456,00	0,00	0,00	4.456,00
Produção de 1 jogo de papel de outdoor, medindo 9 x 3 m.	Outdoor	0,00	255,00	45,00	300,00
1 exibição em tabuleta de outdoor com impacto de visibilidade para uma bissemana.	Outdoor	0,00	440,00	110,00	550,00
Criação adesivo busdoor	Busdoor	3.579,00	0,00	0,00	3.579,00
Produção 2 adesivos busdoor, medindo 1,30 x 1,00 m.	Busdoor	0,00	326,40	57,60	384,00
Criação de roteiro para VT Institucional 30 segundos para TV e Mídias Sociais.	VT 30"	7.159,00	0,00	0,00	7.159,00
Produção e edição VT Institucional	VT 30"	0,00	1.143,25	201,75	1.345,00

Diante disso, permanece a seguinte inconsistência: onde estão discriminados os custos de veiculação do busdoor? Tal omissão compromete a transparência, a comparabilidade das propostas e a correta avaliação técnica.

NÃO ATENDIMENTO AO EDITAL - ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Lote 3.

Briefing 3 Assistência Social

O que diz o briefing:

5. **Canais de Divulgação**

- Mídia digital (redes sociais, website, anúncios online).
- Mídia tradicional (TV, rádio, outdoor).

No Briefing 3, estava expressamente vedada a utilização de jornal e quaisquer outros meios impressos, sendo o outdoor o único formato permitido dentro dessa categoria. Ainda assim, a agência Aspekto apresentou, mais uma vez, um plano em desconformidade com o edital, ao incluir anúncio de meia página em jornal e panfletos, contrariando de forma direta e inequívoca as diretrizes estabelecidas.

Simulação de Plano de Distribuição da Campanha Publicitária da Secretaria de Assistência Social e Habitação de Araranguá.

Tabela 1.1

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária – Detalhado					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Criação de Anúncio Institucional para Jornal.	½ página colorida	2.050,00	0,00	0,00	2.050,00
Veiculação de 1 anúncio institucional no Volta Grande (Abrangência: Sul de Santa Catarina).	½ página colorida	0,00	484,00	121,00	605,00
Veiculação de 2 anúncios institucionais no Jornal Enfoque Popular (Abrangência: Sul de Santa Catarina).	½ página colorida	0,00	1.600,00	400,00	2.000,00
Criação de Texto Simples para Spot Institucional 30 segundos para rádio.	Spot 30"	2.375,00	0,00	0,00	2.375,00

Tabela 1.2

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária – Detalhado					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Jornal	½ página colorida	2.050,00	2.084,00	521,00	4.655,00
Rádio	Spot 30"	2.375,00	3.498,06	854,32	6.727,38
Mídia exterior	Outdoor	4.456,00	1.390,00	310,00	6.156,00
Mídia impressa	Panfletos A5	1.431,00	1.402,50	247,50	3.081,00
TV aberta	VT 30"	7.159,00	4.492,54	871,90	12.523,44
Portais, Blogs e Sites	Super Banner	3.034,00	4.184,00	1.046,00	8.264,00
Redes Sociais e Site Próprio	Arte Redes Sociais	1.174,00	0,00	0,00	1.174,00
Total Geral					42.580,82

Demonstra assim, claro desalinhamento com as diretrizes estabelecidas para o desenvolvimento das propostas.

NÃO ATENDIMENTO AO EDITAL - ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Lote 4.

Briefing 4 Saúde

O que diz o briefing:

4. Estratégia de Comunicação

A agência de publicidade deverá desenvolver uma abordagem que contemple:

- **Meios tradicionais:** TV, rádio, jornal e outdoor.
- **Meios digitais:** Redes sociais, site institucional, anúncios pagos e vídeos institucionais.
- **Eventos e ações:** Inauguração oficial, visitas guiadas e campanhas de conscientização.

No Briefing 4, o edital é claro ao estabelecer que a proposta técnica da campanha simulada deve ser elaborada dentro do limite máximo de R$ 42.600,00, contemplando, obrigatoriamente, todos os custos de produção e veiculação.

Entretanto, verifica-se um erro grave na consolidação dos valores apresentados. Conforme demonstrado abaixo, o item referente às redes sociais totaliza R$ 42.599,08, quando somado aos demais itens do plano de comunicação, que atingem R$ 40.251,08, valor global da proposta alcança R$ 82.850,16.

Tal inconsistência evidencia o descumprimento direto do limite orçamentário estabelecido no edital, comprometendo a validade da proposta e sua aderência às regras do processo.

Tabela 1.2

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária – Detalhado					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Jornal	½ página colorida	2.050,00	1.284,00	321,00	3.655,00
Rádio	Spot 30"	2.375,00	3.321,46	810,18	6.506,64
Mídia exterior	Outdoor	4.456,00	1.390,00	310,00	6.156,00
Mídia impressa	cartazete	2.576,00	595,00	105,00	3.276,00
TV aberta	VT 30"	7.159,00	4.563,09	884,35	12.606,44
Portais, Blogs e Sites	Super Banner	3.034,00	4.013,60	1.003,40	8.051,00
Redes Sociais e Site Próprio	Arte Redes Sociais	23.998,00	15.167,15	3.433,93	42.599,08

E ainda embora houvesse maior flexibilidade na escolha dos canais de comunicação, havia uma vedação expressa quanto à utilização de sites e portais pagos. Ainda assim, a agência Aspekto, novamente em desacordo com o edital, incluiu em sua proposta a veiculação de banners em portais mediante investimento, conforme demonstrado abaixo, desrespeitando de forma clara as diretrizes estabelecidas.

ASPEKTO comunicação

Simulação de Plano de Distribuição da Campanha Publicitária da Secretaria de Saúde de Araranguá.

Tabela 1.1

Plano de Distribuição de Campanha Publicitária - Detalhado					
Meio	Peça	Custos			Valor Total
		Internos	Terceiros	Honorários	
Criação de Anuncio Institucional para Jornal	½ página colorida	2.050,00	0,00	0,00	2.050,00
Veiculação de 01 anuncio institucional no Volta Grande (Abrangência Sul de Santa Catarina).	½ página colorida	0,00	484,00	121,00	605,00
Veiculação de 01 anuncios institucionais no Jornal Enfoque Popular (Abrangência Sul de Santa Catarina).	½ página colorida	0,00	800,00	200,00	1.000,00
Criação de Texto Simples para Spot institucional 30 segundos para rádio	Spot 30"	2.375,00	0,00	0,00	2.375,00
Produção de Spot Institucional de 30 segundos para rádio	Spot 30"	0,00	274,55	48,45	323,00
Veiculação de 22 anuncios (spot) institucionais na Rádio Araranguá FM (Abrangência Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	1.942,51	485,63	2.428,14
Veiculação de 10 anuncios (spot) institucionais na Rádio 92.5 (Abrangência Sul de Santa Catarina)	Spot 30"	0,00	1.104,40	276,10	1.380,50
Criação de Midia Exterior – Outdoor medindo 9 x 3 metros	Outdoor	4.456,00	0,00	0,00	4.456,00
Produção de 2 jogos de papers de outdoor medindo 9 x 3 m.	Outdoor	0,00	510,00	90,00	600,00
2 exibições em tabuletas de outdoor com impacto de visibilidade para uma bissemana cada um	Outdoor	0,00	880,00	220,00	1.100,00
Criação Cartazete	cartazete	2.576,00	0,00	0,00	2.576,00
Produção 200 cartazetes em papel couchê 170 gr	cartazete	0,00	595,00	105,00	700,00
Criação de roteiro para VT institucional 30 segundos para TV e Midias Sociais	VT 30"	7.159,00	0,00	0,00	7.159,00
Produção e edição VT Institucional 30 segundos para TV e Midias Sociais	VT 30"	0,00	1.050,60	185,40	1.236,00
Banco de imagens Freepik PRO	Fotos e videos	0,00	716,67	0,00	716,67
Veiculação de 5 anuncios (VT) indeterminado institucionais na NDTV (Abrangência Sul de Santa Catarina).	VT 30"	0,00	2.795,82	698,95	3.494,77
Criação de Super Banner/padrão IAB para os sites, blogs e portais de noticias	Super Banner	2.202,00	0,00	0,00	2.202,00
Adaptação de peça de Super Banner para Half Banner para portais, blogs e sites, em formato diferente	Half Banner	832,00	0,00	0,00	832,00
Inserção, período de 9 dias, de anuncio tipo Super Banner no (Portal Agora Sul) Abrangência Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	2.289,60	572,40	2.862,00
Inserção, período de 10 dias, de anuncio tipo Super Banner no (Portal Post TV) Abrangência Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	800,00	200,00	1.000,00
Inserção, período de 11 dias, de anuncio tipo Super Banner no (Portal Rádio Araranguá) Abrangência Sul de Santa Catarina).	Super Banner	0,00	924,00	231,00	1.155,00
Criação de 4 cards visuais para Redes Sociais Facebook, Instagram da Prefeitura de Araranguá	Visual Redes Sociais	2.348,00	0,00	0,00	2.348,00

A recorrência de falhas e inconsistências evidencia a impossibilidade de se afastar das determinações legais e das regras estabelecidas no edital.

Obs.: Conforme ressaltado no item 4.1 deste edital, para cada conta/item deverá ser atendido de forma individual e integral todos os critérios e exigências referente ao Plano de Comunicação Publicitária.

4.4. - Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste Edital.

Ademais, conforme a proposta apresentada da licitante Aspekto **EM TODOS OS LOTES** que deixou de cumprir os itens do briefing conforme os recortes ACIMA representados, desta forma solicitamos assim a sua **DESCLASSIFICAÇÃO**.

NÃO ATENDIMENTO AO EDITAL - ENVELOPE Nº 3: Conjunto de Informações.

IRREGULARIDADES NO REPERTÓRIO 03

O Repertório 03 apresentado pela Recorrida incorre em vício grave que compromete sua validade e a pontuação atribuída. O edital, em seu repertório é taxativo ao exigir que o repertório seja composto por trabalhos realizados para "outros clientes do setor público e/ou privado", acompanhados de, no mínimo, uma peça por cliente e respectivas fichas técnicas. **A finalidade dessa regra é inequívoca: comprovar a experiência da licitante junto a terceiros, em condições reais de prestação de serviços.**

Entretanto, a Recorrida apresentou como cliente no Repertório 02 a empresa *Gálatas Mídias e Eventos.*, cujo CNPJ pertence aos mesmos sócios administradores da própria agência licitante. **Ou seja, não se trata de "outro cliente", mas de empresa ligada diretamente aos sócios da Recorrida, configurando verdadeiro autoatestado de experiência.**

O Tribunal de Contas da União, já rechaçou práticas dessa natureza, assentando que:

> "Uma situação é o destinatário do serviço, aquele que vai usufruir da sua utilidade, arriscando uma troca definitiva de dinheiro por bens e serviços, declarar que sua expectativa foi atendida. **Outra circunstância é o executante declarar que aquilo que forneceu era o que se esperava que fosse fornecido**." (TCU, Acórdão 608/2005, Plenário, Rel. Min. Guilherme Palmeira, grifo nosso).

Aplicando-se tal entendimento, é **evidente que o Repertório 02 não atende ao requisito editalício, pois não demonstra experiência junto à cliente real e independente, mas sim a empresa vinculada aos próprios sócios da licitante.**

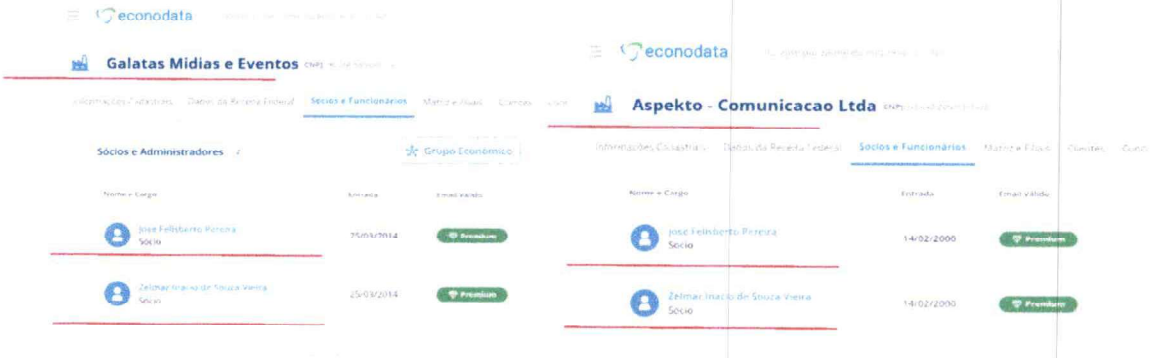
FICHA TÉCNICA

Peça nº 02:

Agência: Aspekto Comunicação Ltda.
Cliente: Gálatas Mídias e Eventos.
Título: Cards de Identidade Visual e Programação Fixos (1000x1000px. cada)
Campanha: Arena Planeta Verão 2025.
Data de Criação: 02/12/2024.
Período de Veiculação: 03/01/2025 a 19/01/2025.
Meio de Veiculação: Redes sociais do cliente: Facebook e Instagram.

Memória Técnica:

A empresa Gálatas Mídias desenvolveu e executou a campanha de comunicação do Arena Planeta Verão 2025, evento inédito de caráter cultural, turístico e de lazer, realizado em área pública concedida no Parque da Arrancada de Caminhões, em Balneário Arroio do Silva, entre 17 e 19 de janeiro de 2025. A campanha teve como objetivo apresentar a estrutura temporária de grande porte



Mais grave ainda é a situação que suscita dúvidas quanto à capacidade legal da agência Aspekto de atuar em conformidade com as normas do CENP e do SINAPRO.

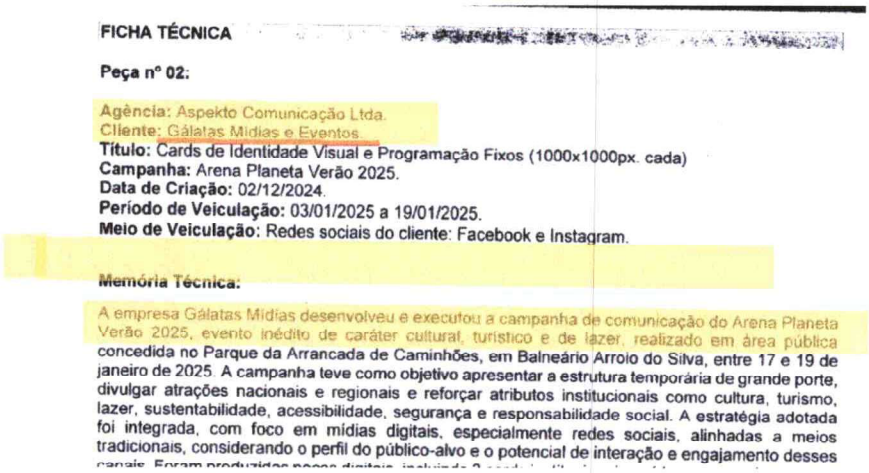
No material apresentado como repertório, a agência atribui a si a autoria das ações; entretanto, no próprio conteúdo, reconhece e reafirma que a campanha foi desenvolvida e executada pela empresa Gálatas. Ressalta-se que essa empresa, conforme sua classificação CNAE, não possui habilitação para o desenvolvimento de campanhas publicitárias.

TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA)	PORTE
GALATAS MIDIAS E EVENTOS	EPP

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL
82.30-0-01 - Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS
77.32-2-02 - Aluguel de andaimes
77.29-2-02 - Aluguel de móveis, utensílios e aparelhos de uso doméstico e pessoal; instrumentos musicais
77.29-2-99 - Aluguel de outros objetos pessoais e domésticos não especificados anteriormente
77.39-0-03 - Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes
90.01-9-99 - Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente
90.01-9-06 - Atividades de sonorização e de iluminação
32.99-0-03 - Fabricação de letras, letreiros e placas de qualquer material, exceto luminosos
32.99-0-04 - Fabricação de painéis e letreiros luminosos
18.13-0-01 - Impressão de material para uso publicitário
43.29-1-01 - Instalação de painéis publicitários
43.29-1-04 - Montagem e instalação de sistemas e equipamentos de iluminação e sinalização em vias públicas, portos e aeroportos
96.09-2-99 - Outras atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente
18.22-9-99 - Serviços de acabamentos gráficos, exceto encadernação e plastificação
74.90-1-99 - Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
70.20-4-00 - Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica
59.11-1-99 - Atividades de produção cinematográfica, de videos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
74.20-0-01 - Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina

Tal inconsistência compromete a veracidade das informações apresentadas e levanta questionamentos relevantes quanto à regularidade e à legitimidade da atuação declarada.



FICHA TÉCNICA

Peça nº 02:

Agência: Aspekto Comunicação Ltda.
Cliente: Gálatas Midias e Eventos
Título: Cards de Identidade Visual e Programação Fixos (1000x1000px. cada)
Campanha: Arena Planeta Verão 2025.
Data de Criação: 02/12/2024.
Período de Veiculação: 03/01/2025 a 19/01/2025.
Meio de Veiculação: Redes sociais do cliente: Facebook e Instagram.

Memória Técnica:

A empresa Gálatas Midias desenvolveu e executou a campanha de comunicação do Arena Planeta Verão 2025, evento inédito de caráter cultural, turístico e de lazer, realizado em área pública concedida no Parque da Arrancada de Caminhões, em Balneário Arroio do Silva, entre 17 e 19 de janeiro de 2025. A campanha teve como objetivo apresentar a estrutura temporária de grande porte, divulgar atrações nacionais e regionais e reforçar atributos institucionais como cultura, turismo, lazer, sustentabilidade, acessibilidade, segurança e responsabilidade social. A estratégia adotada foi integrada, com foco em mídias digitais, especialmente redes sociais, alinhadas a meios tradicionais, considerando o perfil do público-alvo e o potencial de interação e engajamento desses

Dessa forma, **impõe-se a glosa integral da pontuação atribuída ao Repertório 02** e, diante da tentativa de induzir a Comissão em erro com informações manifestamente inconsistentes, a consequente **desclassificação** da proposta técnica da Recorrida, nos termos do edital e da Lei nº 12.232/2010.

Outro erro igualmente grave, e sem qualquer justificativa plausível, refere-se ao descumprimento de uma vedação expressa do edital, que proíbe a inclusão, no repertório, de campanhas ou trabalhos realizados para a Prefeitura Municipal de Araranguá. Ainda assim, a agência Aspekto desconsidera novamente essa determinação e, no repertório 07, apresenta uma campanha indicando como cliente o SAMAE Araranguá – SC, em clara desconformidade com as regras estabelecidas.

Seguem informações sobre o pertencimento do SAMAE:

SAMAE (Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto) de Araranguá é uma **autarquia municipal,** o que significa que é uma entidade da administração indireta **vinculada à Prefeitura Municipal de Araranguá.** Embora tenha autonomia administrativa e financeira, ele opera sob a estrutura municipal para gerenciar o saneamento e abastecimento de água.

Vínculo: O Samae é um órgão público do município de Araranguá. **Gestão:** O prefeito de Araranguá nomeia a direção e participa ativamente de inaugurações e projetos da autarquia.

Conforme consta no próprio site do órgão demostra que o SAMAE é vinculado à Prefeitura logo esse repertório não deve ser considerado, e inclusive não apenas retirar notas e sim a descalcificação visto que o edital é claro no que NÂO era permitido.

Diante de todo o exposto, requer-se a imediata abertura de diligência pela Comissão de Contratação, a fim de que sejam apurados, de forma transparente e imparcial, os fatos aqui narrados e devidamente

comprovados nos autos. Tal providência é medida que se impõe, não apenas por força do art. 64 da Lei nº 14.133/2021, assegurando-se que eventuais vícios formais possam ser esclarecidos e, sobretudo, que irregularidades substanciais não sejam indevidamente convalidadas em prejuízo da isonomia, da legalidade e da vinculação ao edital.

DOS PEDIDOS

Diante de todo o exposto, requer-se:

a) O recebimento do presente recurso administrativo, com efeito suspensivo, assegurando sua análise pela Comissão de Contratação;

b) No que tange ao julgamento técnico, o provimento integral do recurso para **desclassificar a proposta técnica da Aspekto Comunicação Ltda**, em razão de:

- Caderno 1 Lote 1: inclusão de peça não permitida para o briefing e vícios de exequibilidade e economicidade;
- Caderno 1 Lote 2: inclusão de peça sem os devidos valores de veiculação e vícios de exequibilidade e economicidade;
- Caderno 1 Lote 3: inclusão de peça não permitida para o briefing e vícios de exequibilidade e economicidade;
- Caderno 1 Lote 4: inclusão de peça não permitida para o briefing, estouro do teto de R$ 42.600,00 e vícios de exequibilidade e economicidade;
- Repertório: autoatestado/cliente vinculado aos sócios, sem demonstração de experiência junto a terceiros;
- Repertório: Alega uma campanha como se fosse da agência ASPEKTO quando no relato confirma que a campanha foi desenvolvida e executada por outra empresa;
- Repertório: inclusão de repertório de uma autarquia da Prefeitura, não sendo permitido conforme o edital;

Nestes termos, pede deferimento.

Içara, 23 de março de 2026.

Diego dos Santos. Administrador. Sócio proprietário. CPF: 068.194.239-85
Legado Publicidade LTDA. CNPJ: 26.218.216/0001-11
www.legadocom.com.br | contato@legadocom.com.br