**ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 09/2025/PMC**
**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 096040/2025**
**CONTRARRAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO**
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**

**DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, com sede em Cuiabá-MT, na Rua Senador Filinto Muller, 1875, Bairro Quilombo, inscrita no CNPJ/MF sob nº 03.175.635/0001-18, vem, respeitosamente à presença de Vossa Excelência, no procedimento licitatório em epígrafe, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao Recurso Administrativo interposto pela agência licitante ZIMMERMANN PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA), nos termos das razões a seguir expendidas:

**-1-**
**DAS RAZÕES DE IMPROVIMENTO DO RECURSO DA LICITANTE ZIMMERMANN PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA).**

**1.1.**

A licitante recorrente Z3 PUBLICIDADE protocolou recurso administrativo, requerendo a anulação do julgamento das propostas técnicas e consequente anulação do certame em razão de vício por ausência de motivação adequada, impugnando ainda as notas que lhe foram atribuídas e as avaliações conferidas às demais agências licitantes.

Em que pese os fundamentos contidos no recurso interposto pela licitante Z3 PUBLICIDADE, tem-se que este não prospera, estando a merecer o julgamento pelo seu não provimento, conforme restará demonstrado pelas razões adiante expendidas.

**1.2.**

A licitante recorrente, conforme ressaltado acima, sustenta a existência de vícios no julgamento das propostas técnicas. O fazendo entretanto através de argumentos totalmente desarrazoados e infundados.

Com a devida vênia, a recorrente Z3 PUBLICIDADE, está querendo forçar uma interpretação equivocada das regras do Edital e princípios do processo licitatório, apresentando argumentos desvirtuados na tentativa de induzir a erro a ilustre Comissão de Licitação, para fins de tentar anular julgamento e certame licitatório do qual não saiu vitoriosa, através da revisão forçada e infundada da pontuação que lhe fora atribuída bem como à pontuação às agências licitantes que ficaram à sua frente, ou seja, usando famoso adágio popular, quer a recorrente ganhar no tapetão, quer ganhar no grito.

Observe-se que incorre em visível intento especulativo a licitante recorrente, que de forma completamente equivocada e sem qualquer fundamento sólido e robusto tenta induzir a Comissão de Licitação de que existiriam supostos vícios praticados pela Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica, face a ausência de motivação individualizada e afronta ao princípio da isonomia quanto à avaliação das propostas e quesitos por parte da Subcomissão Técnica.

Trata-se de infundado e desarrazoado inconformismo da licitante recorrente frente à regular tramitação da fase de julgamento das propostas técnicas pela Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica, visto que inexistente

no presente caso qualquer suposto vício, erro ou falha, e muito menos infringência ao julgamento objeto por parte da citada Comissão e Subcomissão Técnica, quanto aos pontos alegados pela recorrente. Não há qualquer vício de motivação ou afronta ao princípio da isonomia, bem como inexistente qualquer outra eventual inobservância ao Edital no tocante ao julgamento das propostas técnicas das licitantes. Aliás, é evidente a falta de lisura da recorrente, não só ao sugestionar a falta de capacidade técnica da Subcomissão Técnica, como também ao tentar desesperadamente desmerecer as propostas técnicas apresentadas pelas demais licitantes que tiveram pontuação superior à sua.

**1.3.**

A irresignação da recorrente quanto ao julgamento das propostas técnicas e atribuição de pontuação às licitantes não prospera. Visto que a atribuição de pontuação à proposta técnica da licitante recorrente Z3 PUBLICIDADE pela Subcomissão Técnica, como às propostas técnicas das demais licitantes, observou e se encontra em total consonância com as regras expressas no item 19 e 20 do Edital, bem como observaram e respeitaram as diretrizes e considerações técnicas estabelecidas.

A avaliação e correspondente pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica à licitante recorrente Z3 PUBLICIDADE, estão em total conformidade com a qualidade e adequação da proposta técnica por esta apresentada, em especial no tocante ao raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa, estratégia de mídia e não mídia.

A Subcomissão Técnica para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, realizou coerente exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes. Sendo que a gradação das pontuações atribuídas pela citada Subcomissão refletiu corretamente o maior e menor grau de adequação das propostas, observando de forma exemplar os critérios de julgamento técnico estabelecidos no Edital. Não prospera assim a irresignação da recorrente quanto a pontuação que fora atribuída à sua proposta técnica. Razão pela qual, não merece qualquer reparo ou revisão da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica à proposta técnica da recorrente Z3 PUBLICIDADE.

**1.4.**

Quanto a argumentação de vícios na avaliação e pontuação das propostas técnicas das demais licitantes, dentre elas a proposta técnica da licitante recorrida DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, têm-se que este também não prospera. Visto que a atribuição de pontuação à proposta técnica da licitante recorrida DMD pela Subcomissão Técnica, observou e se encontra em total consonância com as regras expressas no Edital, bem como observaram e respeitaram as diretrizes e considerações técnicas estabelecidas, com a ressalva daquelas já apontadas no recurso administrativo já interposto pela própria agência DMD, as quais entretanto se sobrepõe às razões recursais expendidas pela ora recorrente Z3 PUBLICIDADE, e as elas se contrapõe.

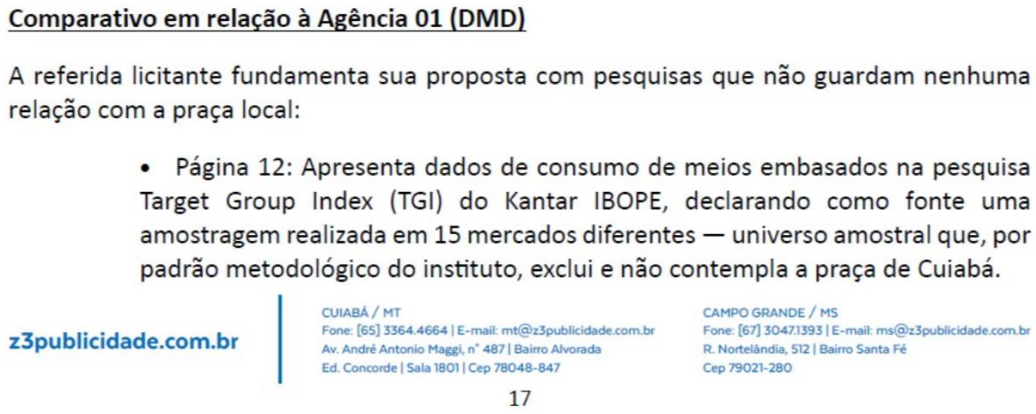
Também aqui, a avaliação e correspondente pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica à licitante recorrida DMD, observadas as ressalvas já referidas, estão em total conformidade com a qualidade e adequação da proposta técnica por esta apresentada, em especial no tocante ao raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa, estratégia de mídia e não mídia.

Na verdade, se trata de absurda presunção da licitante recorrente, querer atribuir à proposta técnica da licitante DMD, inexistentes incongruências a lhe conferir pontuação inferior àquela corretamente atribuída pela Subcomissão Técnica. Em seu recurso, a recorrente Z3 PUBLICIDADE chega ao ponto de querer se transformar em avaliador e julgador ao mesmo tempo, pois quer estabelecer critérios divergentes daqueles critérios objetivos constantes do Edital, para fins de promover avaliação das propostas técnicas, em especial no tocante ao raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa, estratégia de mídia e não mídia das peças das demais licitantes, tudo isto de acordo com seu próprio interesse e conveniência. Anote-se que de forma totalmente parcial e infundada, a própria recorrente em seu recurso pretende atribuir nota a si e às demais licitantes, dentre elas a recorrida DMD. Quer portanto a licitante recorrente avaliar e pontuar a si mesmo e às demais licitantes. Ora, um verdadeiro absurdo.

A respeito anote-se que a pontuação atribuída à proposta técnica da licitante DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA nos itens relacionados pela recorrente, não merecem qualquer revisão, visto que a Comissão de Licitação e correspondente Subcomissão Técnica, observaram os critérios objetivos previstos no Edital, quando do julgamento da proposta técnica e de preço

da referida licitante, atentando para estrito cumprimento das normas do Edital, vindo por consequência a atribuir à mesma pontuação correta e justa, observando as ressalvas já arguidas no recurso aventado pela própria agência DMD, que por certo acabará por elevar sua pontuação.

Por cautela, contudo, em respeito ao princípio da impugnação específica, vem a recorrida DMD, a rebater os apontamentos recursais apresentados pela recorrente Z3 PUBLICIDADE em relação à sua proposta técnica. Vejamos.



**Comparativo em relação à Agência 01 (DMD)**

A referida licitante fundamenta sua proposta com pesquisas que não guardam nenhuma relação com a praça local:

- Página 12: Apresenta dados de consumo de meios embasados na pesquisa Target Group Index (TGI) do Kantar IBOPE, declarando como fonte uma amostragem realizada em 15 mercados diferentes — universo amostral que, por padrão metodológico do instituto, exclui e não contempla a praça de Cuiabá.

z3publicidade.com.br

CUIABÁ / MT
Fone: [65] 3364.4664 | E-mail: mt@z3publicidade.com.br
Av. André Antonio Maggi, n° 487 | Bairro Alvorada
Ed. Concorde | Sala 1801 | Cep 78048-847

CAMPO GRANDE / MS
Fone: [67] 30471393 | E-mail: ms@z3publicidade.com.br
R. Nortelândia, 512 | Bairro Santa Fé
Cep 79021-280

17

A alegação apresentada pela Agência Z3 não se sustenta, uma vez que evidencia desconhecimento dessa agência, acerca das pesquisas de mídia realizadas no mercado mato-grossense. A análise utilizada pela DMD sobre hábitos e consumo de mídia tem caráter mercadológico e contempla os 15 maiores mercados nacionais, assegurando atualidade e representatividade dos dados (Fonte: Kantar Ibope Mídia – Target Group Index – BR TG 2024 R1 – abril/24 – 15 mercados sobre hábitos, consumo e análise de mercado de mídia).

No que se refere à apresentação de dados locais de audiência, foi considerada a última pesquisa disponível para o mercado de Cuiabá/MT (IBOPE – Rádio/TV) juntamente com as informações fornecidas por cada veículo de comunicação, levando em conta sua abrangência, alcance e segmentação.

Em relação ao atendimento do item 19.4.4, Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia, alínea (c), que estabelece a necessidade de consistência no conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo da campanha, a DMD embasou sua proposta em fontes técnicas reconhecidas e

atualizadas, atendendo integralmente às exigências previstas no edital. A argumentação da Z3 é infundada. A tentativa da Z3 de desqualificar a proposta busca apenas desviar a atenção do ponto central do critério avaliado: a demonstração de domínio sobre os hábitos de consumo de mídia e a capacidade de transformar dados em uma estratégia sólida e eficaz.




- Páginas 12, 13 e 15: Justifica as táticas de TV Aberta, Rádio e Mídia Indoor baseando-se em índices consolidados de comportamento domiciliar e de consumo de áudio e exposição no Brasil (Cross Platform View e Inside Radio), sem qualquer estratificação municipal.

A despeito da inaplicabilidade geográfica direta dos dados na capital mato-grossense, as notas atribuídas mantiveram-se elevadas:

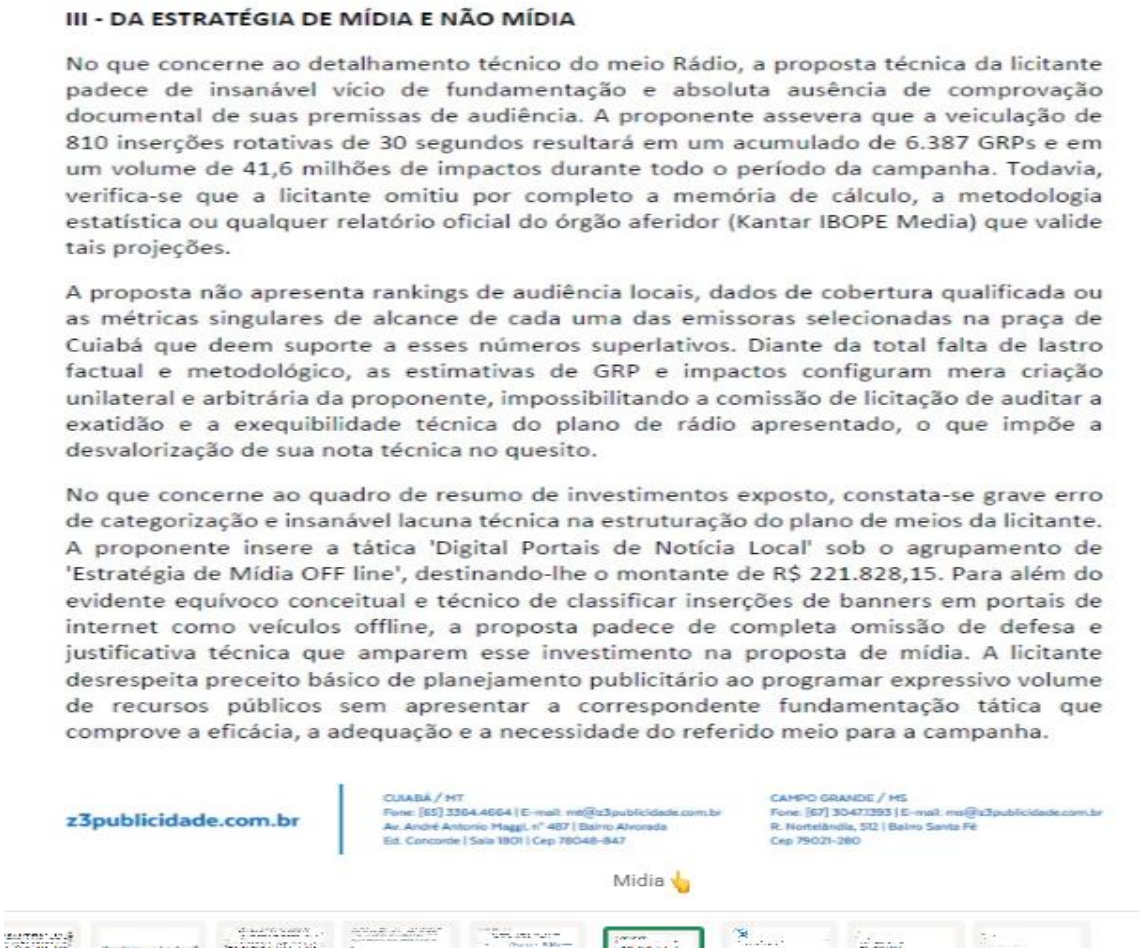
- Avaliador 2 (Diogo), nota 10: *"Atendimento consistente; O registro evidencia que não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado."*
- Avaliador 3 (Luciene), nota 9: *"Atendimento satisfatório, com ressalvas; o excesso de teoria e repetição do conceito técnico que compromete a síntese estratégica."*

3 de 4

A Agência Z3 mais uma vez, demonstra desconhecimento sobre a correta utilização das pesquisas de mídia, confundindo levantamentos de hábitos e consumo com pesquisas de audiência e alcance. Ao questionar as táticas de TV Aberta, Rádio e Mídia Indoor, incorre em erro ao alegar inaplicabilidade geográfica, desconsiderando ou até mesmo não conhecendo que não existe pesquisa mercadológica de hábitos de consumo de mídia com recorte local.

A pesquisa utilizada pela DMD e apontada pela Z3, refere-se ao comportamento dos brasileiros no consumo de TV Aberta, Rádio e Mídia Indoor, garantindo toda representatividade do meio nas estratégias. Para o recorte específico da Praça de Cuiabá, a DMD recorreu à base disponível do Kantar Ibope Mídia, que fornece dados atualizados de audiência para rádio e televisão, assegurando consistência e adequação às exigências do edital.

Dessa forma, fica claro que os apontamentos da Z3 não possuem fundamento técnico, pois desconsideram a metodologia correta de aplicação das pesquisas e a utilização criteriosa das fontes disponíveis pela DMD.



**III - DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA**

No que concerne ao detalhamento técnico do meio Rádio, a proposta técnica da licitante padece de insanável vício de fundamentação e absoluta ausência de comprovação documental de suas premissas de audiência. A proponente assevera que a veiculação de 810 inserções rotativas de 30 segundos resultará em um acumulado de 6.387 GRPs e em um volume de 41,6 milhões de impactos durante todo o período da campanha. Todavia, verifica-se que a licitante omitiu por completo a memória de cálculo, a metodologia estatística ou qualquer relatório oficial do órgão aferidor (Kantar IBOPE Media) que valide tais projeções.

A proposta não apresenta rankings de audiência locais, dados de cobertura qualificada ou as métricas singulares de alcance de cada uma das emissoras selecionadas na praça de Cuiabá que deem suporte a esses números superlativos. Diante da total falta de lastro factual e metodológico, as estimativas de GRP e impactos configuram mera criação unilateral e arbitrária da proponente, impossibilitando a comissão de licitação de auditar a exatidão e a exequibilidade técnica do plano de rádio apresentado, o que impõe a desvalorização de sua nota técnica no quesito.

No que concerne ao quadro de resumo de investimentos exposto, constata-se grave erro de categorização e insanável lacuna técnica na estruturação do plano de meios da licitante. A proponente insere a tática 'Digital Portais de Notícia Local' sob o agrupamento de 'Estratégia de Mídia OFF line', destinando-lhe o montante de R$ 221.828,15. Para além do evidente equívoco conceitual e técnico de classificar inserções de banners em portais de internet como veículos offline, a proposta padece de completa omissão de defesa e justificativa técnica que amparem esse investimento na proposta de mídia. A licitante desrespeita preceito básico de planejamento publicitário ao programar expressivo volume de recursos públicos sem apresentar a correspondente fundamentação tática que comprove a eficácia, a adequação e a necessidade do referido meio para a campanha.

z3publicidade.com.br

CUIABÁ / MT
Fone: [65] 3364.4664 | E-mail: ms@z3publicidade.com.br
Av. André Antonio Maggi, n° 487 | Bairro Alvorada
Ed. Concorde | Sala 1801 | Cep 78048-847

CAMPO GRANDE / MS
Fone: [67] 30477393 | E-mail: ms@z3publicidade.com.br
R. Nortelândia, 512 | Bairro Santa Fé
Cep 79021-280

Midia

As alegações apresentadas pela Agência Z3 não possuem qualquer fundamento técnico ou metodológico, revelando apenas á intenção de tumultuar o certame e desviar o foco da análise objetiva das propostas. A DMD cumpriu rigorosamente as exigências do edital, embasando sua estratégia em dados oficiais e reconhecidos, o que torna evidente á improcedência das críticas levantadas pela concorrente.

No que se refere ao meio Rádio, a DMD realizou o cálculo de GRP com base nos dados oficiais do Kantar Ibope Media, GRP = Cobertura/ audiência (%) ×

Frequência, assegurando rigor metodológico. Para á estimativa de impactos, foi utilizada a fórmula: GRP x população equivalente (universo populacional/ bruto exposições), Impactos = GRP × Universo/100. Dessa forma, não há falha técnica ou metodológica, mas sim á aplicação correta dos critérios de aferição reconhecidos pelo setor, demonstrando que a proposta atende plenamente às exigências do edital e reflete uma estratégia fundamentada em dados confiáveis.

A Agência Z3 alega uma inconsistência na demonstração e aplicação da compra de mídia em sites/portais locais, questionando a alocação na divisão de verba para mídia off-line. Contudo, na planilha de investimentos, os sites foram classificados como mídia off-line em razão do tipo e da forma de compra realizada, já que a aquisição nesses veículos ocorre por diária e por inserção. Esse modelo difere das mídias digitais inovadoras, como plataformas, que operam por métricas de cliques, visualizações, CPM e outras formas de mensuração.

Dessa maneira, optamos por dividir o investimento em quatro modalidades de compra: Estratégia de Mídia Off-line, Estratégia Digital (plataformas), Produção de Não Mídia e Produção, garantindo maior clareza na apresentação dos valores alocados em cada meio.

Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Além disso, foram identificadas as seguintes divergências no plano de mídia em relação a valores de tabela, entre outras questões:

**Maio**

**Rádio Vila Real -faixa horaria 07 as 19h**

Valor R$ 728,20 – planilha – total R$ 26.215,20

Valor R$ 786,00 – tabela – total R$ 28.296,00

Diferença – R$ 2.080,00

**Rádio Gazeta FM – rotativo**

Valor R$ 760,10 – planilha – total R$ 38.005,00

Valor 820,80 – tabela – total R$ 41.040,00

Diferença – R$ 3.035,00

**Rádio Jovem Pan – rotativo**

Valor R$ 245,01 – planilha – total R$ 14.700,60

Valor R$ 256,47 – tabela – total R$ 15.388,20

**TV Rondon**

Programa SBT Brasil

Valor R$ 4.799,00 – planilha – total R$ 4.799,00

Valor R$ 5.255,00 – tabela – total R$ 5.255,00

Diferença – R$ 456,00

**TV Centro América** - (tabela compra em março x veiculação posterior: maio)

**Junho**

**Rádio Vila Real -faixa horaria 07 as 19h**

Valor R$ 728,20 – planilha – total R$ 25.487,00

Valor R$ 786,00 – tabela – total R$ 27.510,00

Diferença – R$ 2.023,00

**Rádio Jovem Pan – rotativo**

Valor R$ 245,01 – planilha – total R$ 15.435,63

Valor R$ 256,47 – tabela – total R$ 16.157,61

Diferença – R$ 721,98

- MÍDIAS INOVADORAS – VALOR CHEIO, NÃO TEM VALOR CPM, não atendendo ao disposto no item 17.2.11.4.3 do edital.

A Agência Z3 não apresenta fundamento em seus questionamentos, visto que a DMD cumpriu de forma rigorosa e transparente todas as exigências previstas no edital. Em especial quanto à utilização das tabelas de preços dos veículos de divulgação, a DMD seguiu fielmente o disposto no Item 17.2.11.4.7.1, que estabelece: *"os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação."*

Para atender a essa determinação, a DMD adotou um procedimento criterioso, solicitando diretamente aos veículos de comunicação, por e-mail, as tabelas de preços válidas conforme a data do último aviso de publicação, em 18 de março de 2026. Dessa forma, as tabelas da Rádio Vila Real, Rádio Gazeta, Rádio Jovem Pan, TV Centro América e TV SBT Rondon utilizadas na estratégia de mídia estão corretas e em plena conformidade com as normas estabelecidas.

Abaixo constam todas as tabelas de preços utilizadas, devidamente carimbadas e assinadas, acompanhadas das solicitações enviadas aos veículos de comunicação e dos respectivos e-mails de encaminhamento à agência:

- Tabela cheia (bruto), sem descontos, carimbada e assinada, com validade para o ano de 2026.

- Tabela válida a partir de 18 de março de 2026, conforme o último aviso de publicado.

TABELA VÁLIDA A PARTIR DO DIA 18 de Março de 2026.

**RÁDIO VILA REAL**

Solicitação feita no dia 24 de abril de 2026:

**De:** Pamela <pamela@dmdcomunicacao.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:16
**Para:** opec@vilarealfm.com.br; giselly@vilarealfm.com.br
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ

Olá,
Estamos participando de uma concorrência pública e precisamos da tabela de preços para o ano de 2026.

RADIO VILA REAL

- Tabela cheia (bruto) sem descontos, carimbada e assinada, com VALIDADE para o ano de 2026.
TABELA VÁLIDA A PARTIR DO DIA 18 de Março de 2026.

Fico no aguardo.
Atenciosamente,




E no mesmo dia 24 de abril de 2026 as 14:42 foi nos enviando o e-mail com a tabela de preços da Radio vila real.

**De:** Secretaria Diretoria <secretariadiretoria@gazetadigital.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:42
**Para:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Cc:** 'Pamela'
**Assunto:** GRUPO GAZETA
**Anexos:** DIGITAL PG01.pdf; DIGITAL PG02.pdf; JORNAL PG01.pdf; JORNAL PG02.pdf; MIDIA KIT CULTURA FM 2026.pdf; MIDIA KIT GRUPO GAZETA 2026.pdf; TABELA - GAZETA FM - 2026-SECOM.pdf; TABELA 2026 - BARRA DO GARÇAS-ASSINADA PG 01.pdf; TABELA 2026 - POXORÉU -PG 01.pdf; TABELA 2026 - POXORÉU -PG02.pdf; TABELA 2026- BARRA DO GARÇAS PG 02.pdf; TABELA 2026- TANGARÁ DA SERRA-PG 01.pdf; TABELA 2026- VILA REAL -PG 01.pdf; TABELA 2026- VILA REAL -PG 02.pdf; TABELA 2026-ASSINADA ALTA FLORESTA PG02.pdf; TABELA 2026-ASSINADA ALTA FLORESTA-PG 01.pdf; TABELA 2026-ASSINADA ALTO TAQUARÍ PG 01.pdf; TABELA 2026-ASSINADA-ALTO TAQUARÍ-PG 02.pdf; TABELA 2026-CULTURA - PG 02.pdf; TABELA 2026-CULTURA -PG01.pdf; TABELA 2026-GAZETA FM - PG 02.pdf; TABELA 2026-GAZETA FM -PG 01.pdf

- Rádio Gazeta Cuiabá
- Rádio Cultura
- Rádio Vila Real
- Jornal A Gazeta

**Tabela recebida:**







**RÁDIO GAZETA FM**

Solicitação feita no dia 24 de abril de 2026:

**De:** Pamela <pamela@dmdcomunicacao.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:13
**Para:** opec.fm99@gazetadigital.com.br; claudia@gazetadigital.com.br; secretaria@gazetadigital.com.br
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ

Olá,
Estamos participando de uma concorrência pública e precisamos da tabela de preços para o ano de 2026.

RADIO GAZETA FM

- Tabela cheia (bruto) sem descontos, carimbada e assinada, com VALIDADE para o ano de 2026.
TABELA VÁLIDA A PARTIR DO DIA 18 de Março de 2026.

Fico no aguardo.
Atenciosamente,




**De:** Secretaria Diretoria <secretariadiretoria@gazetadigital.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:42
**Para:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Cc:** 'Pamela'
**Assunto:** GRUPO GAZETA
**Anexos:** DIGITAL PG01.pdf; DIGITAL PG02.pdf; JORNAL PG01.pdf; JORNAL PG02.pdf; MIDIA KIT CULTURA FM 2026.pdf; MIDIA KIT GRUPO GAZETA 2026.pdf; TABELA - GAZETA FM - 2026-SECOM.pdf; TABELA 2026 - BARRA DO GARÇAS-ASSINADA PG 01.pdf; TABELA 2026 - POXORÉU -PG 01.pdf; TABELA 2026 - POXORÉU -PG02.pdf; TABELA 2026- BARRA DO GARÇAS PG 02.pdf; TABELA 2026- TANGARÁ DA SERRA-PG 01.pdf; TABELA 2026- VILA REAL -PG 01.pdf; TABELA 2026- VILA REAL -PG 02.pdf; TABELA 2026-ASSINADA ALTA FLORESTA PG02.pdf; TABELA 2026-ASSINADA ALTA FLORESTA-PG 01.pdf; TABELA 2026-ASSINADA ALTO TAQUARÍ PG 01.pdf; TABELA 2026-ASSINADA-ALTO TAQUARÍ-PG 02.pdf; TABELA 2026-CULTURA - PG 02.pdf; TABELA 2026-CULTURA -PG01.pdf; TABELA 2026-GAZETA FM - PG 02.pdf; TABELA 2026-GAZETA FM -PG 01.pdf

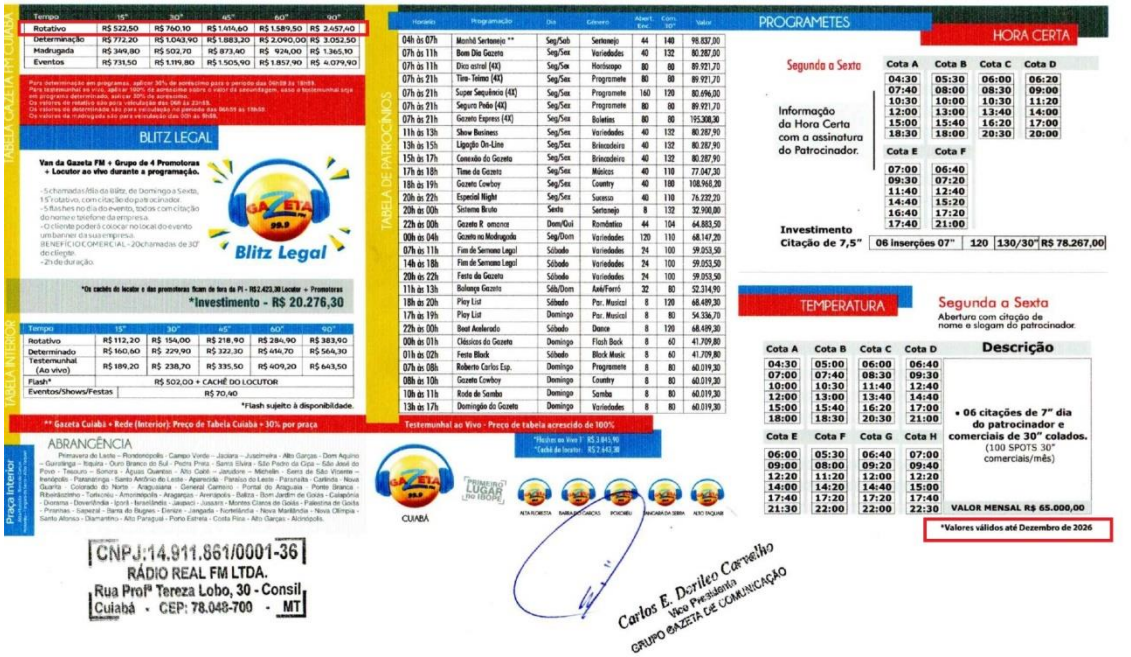
- Rádio Gazeta Cuiabá
- Rádio Cultura
- Rádio Vila Real
- Jornal A Gazeta

**Tabela recebida:**




CNPJ:14.911.861/0001-36
RÁDIO REAL FM LTDA.
Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil
Cuiabá - CEP: 78.048-700 - MT

Carlos E. Dorileo Carvalho
Vice Presidente
GRUPO GAZETA DE COMUNICAÇÃO




CNPJ:14.911.861/0001-36
RÁDIO REAL FM LTDA.
Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil
Cuiabá - CEP: 78.048-700 - MT

Carlos E. Dorileo Carvalho
Vice Presidente
GRUPO GAZETA DE COMUNICAÇÃO

## TABELA JOVEM PAN

Solicitação feita no dia 24 de abril de 2026:

**De:** Pamela <pamela@dmdcomunicacao.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:13
**Para:** priscila@hdcomunicacao.com; opec@hdcomunicacao.com; porfival@hdcomunicacao.com
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ

Olá,
Estamos participando de uma concorrência pública e precisamos da tabela de preços para o ano de 2026.

RADIO JOVEM PAN FM

- Tabela cheia (bruto) sem descontos, carimbada e assinada, com VALIDADE para o ano de 2026.
TABELA VÁLIDA A PARTIR DO DIA 18 de Março de 2026.

Fico no aguardo.
Atenciosamente,




**Ricardo**

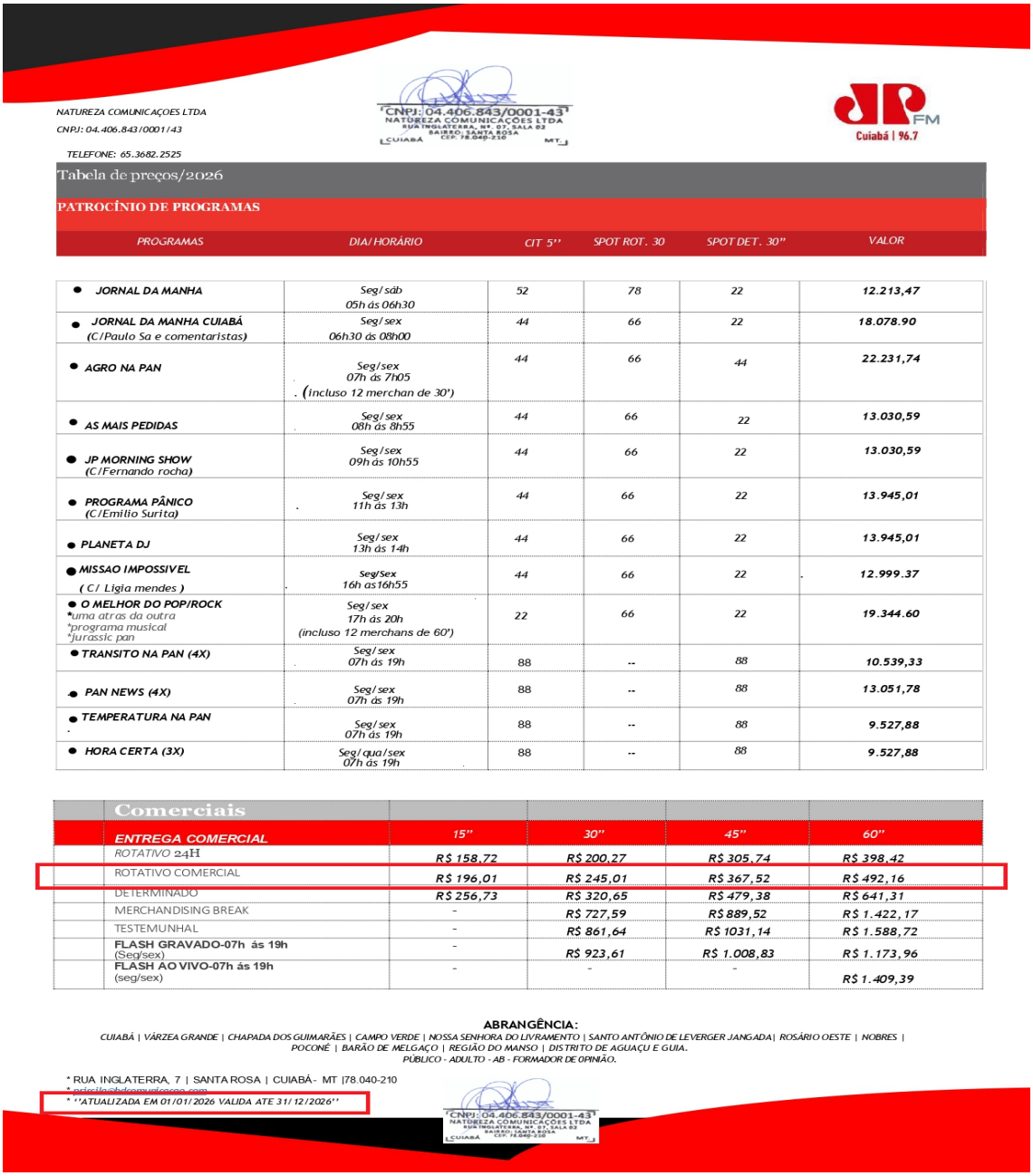
**De:** Ana Carolina <financeiro@hdcomunicacao.com>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 16:43
**Para:** Priscila Hauer; Pamela; Antonio Carlos; julia@dmdcomunicacao.com.br; Karinny@dmdcomunicacao.com.br; Ricardo; Marinalva
**Cc:** Kassia Moraes
**Assunto:** Re: TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIAB
**Anexos:** TABELA JOVEM PAN 96-7 CUIABÁ NATUREZA ass..pdf; CERTIDAO-FGTS Nat VENC13-05-26.pdf; CERTIDAO-MUNICIPAL Nat venc06-05-26.pdf; CERTIDAO-FEDERAL Nat VENC 06-07-26.pdf; CERTIDAO-SEFAZ Nat VENC29-05-26.pdf; CERTIDAO- TRABALHISTA Nat VENC06-07-26.pdf

Boa tarde!
Tudo bem?
segue conforme solicitado.

at.




**Tabela recebida:**



NATUREZA COMUNICAÇOES LTDA
CNPJ: 04.406.843/0001/43
TELEFONE: 65.3682.2525

CNPJ: 04.406.843/0001-43
NATUREZA COMUNICAÇÕES LTDA
RUA INGLATERRA, Nº. 07, SALA 02
BAIRRO: SANTA ROSA
CEP: 78.040-210
CUIABÁ MT

JP FM Cuiabá | 96.7

Tabela de preços/2026

PATROCÍNIO DE PROGRAMAS

| PROGRAMAS | DIA/HORÁRIO | CIT 5'' | SPOT ROT. 30 | SPOT DET. 30'' | VALOR |
|---|---|---|---|---|---|
| JORNAL DA MANHA | Seg/sáb 05h ás 06h30 | 52 | 78 | 22 | 12.213,47 |
| JORNAL DA MANHA CUIABÁ (C/Paulo Sa e comentaristas) | Seg/sex 06h30 ás 08h00 | 44 | 66 | 22 | 18.078.90 |
| AGRO NA PAN | Seg/sex 07h ás 7h05 . (incluso 12 merchan de 30') | 44 | 66 | 44 | 22.231,74 |
| AS MAIS PEDIDAS | Seg/sex 08h ás 8h55 | 44 | 66 | 22 | 13.030,59 |
| JP MORNING SHOW (C/Fernando rocha) | Seg/sex 09h ás 10h55 | 44 | 66 | 22 | 13.030,59 |
| PROGRAMA PÂNICO (C/Emilio Surita) | Seg/sex 11h ás 13h | 44 | 66 | 22 | 13.945,01 |
| PLANETA DJ | Seg/sex 13h ás 14h | 44 | 66 | 22 | 13.945,01 |
| MISSAO IMPOSSIVEL ( C/ Ligia mendes ) | Seg/Sex 16h as16h55 | 44 | 66 | 22 | 12.999.37 |
| O MELHOR DO POP/ROCK *uma atras da outra *programa musical *jurassic pan | Seg/sex 17h ás 20h (incluso 12 merchans de 60') | 22 | 66 | 22 | 19.344.60 |
| TRANSITO NA PAN (4X) | Seg/sex 07h ás 19h | 88 | -- | 88 | 10.539,33 |
| PAN NEWS (4X) | Seg/sex 07h ás 19h | 88 | -- | 88 | 13.051,78 |
| TEMPERATURA NA PAN | Seg/sex 07h ás 19h | 88 | -- | 88 | 9.527,88 |
| HORA CERTA (3X) | Seg/qua/sex 07h ás 19h | 88 | -- | 88 | 9.527,88 |

| Comerciais | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ENTREGA COMERCIAL | 15'' | 30'' | 45'' | 60'' |
| ROTATIVO 24H | R$ 158,72 | R$ 200,27 | R$ 305,74 | R$ 398,42 |
| ROTATIVO COMERCIAL | R$ 196,01 | R$ 245,01 | R$ 367,52 | R$ 492,16 |
| DETERMINADO | R$ 256,73 | R$ 320,65 | R$ 479,38 | R$ 641,31 |
| MERCHANDISING BREAK | - | R$ 727,59 | R$ 889,52 | R$ 1.422,17 |
| TESTEMUNHAL | - | R$ 861,64 | R$ 1031,14 | R$ 1.588,72 |
| FLASH GRAVADO-07h ás 19h (Seg/sex) | - | R$ 923,61 | R$ 1.008,83 | R$ 1.173,96 |
| FLASH AO VIVO-07h ás 19h (seg/sex) | - | - | - | R$ 1.409,39 |

ABRANGÊNCIA:
CUIABÁ | VÁRZEA GRANDE | CHAPADA DOS GUIMARÃES | CAMPO VERDE | NOSSA SENHORA DO LIVRAMENTO | SANTO ANTÔNIO DE LEVERGER JANGADA| ROSÁRIO OESTE | NOBRES | POCONÉ | BARÃO DE MELGAÇO | REGIÃO DO MANSO | DISTRITO DE AGUAÇU E GUIA.
PÚBLICO - ADULTO - AB - FORMADOR DE OPINIÃO.

* RUA INGLATERRA, 7 | SANTA ROSA | CUIABÁ- MT |78.040-210
* ''ATUALIZADA EM 01/01/2026 VALIDA ATE 31/12/2026''

CNPJ: 04.406.843/0001-43
NATUREZA COMUNICAÇÕES LTDA
RUA INGLATERRA, Nº. 07, SALA 02
BAIRRO: SANTA ROSA
CEP: 78.040-210
CUIABÁ MT

## TABELA DA TV CENTRO AMÉRICA

Seguindo o disposto no Item 17.2.11.4.7.1, que estabelece: "os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação." Portanto a tabela de preços vigente na data de abertura (18 de março de 2026) é Março/Março com o período

de 01 a 31/03/2026, conforme tabela utilizada no planejamento de mídia executado.

**De:** Pamela <pamela@dmdcomunicacao.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:05
**Para:** comercial@tvca.com.br
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ

Olá,
Estamos participando de uma concorrência pública e precisamos da tabela de preços para o ano de 2026.

TV CENTRO AMERICA CUIABA

- Tabela cheia (bruto) sem descontos, carimbada e assinada, com VALIDADE para o ano de 2026.
TABELA VÁLIDA A PARTIR DO DIA 18 de Março de 2026.

- **MARÇO/ MARÇO**
- **ABRIL/ ABRIL**

Fico no aguardo.
Atenciosamente,



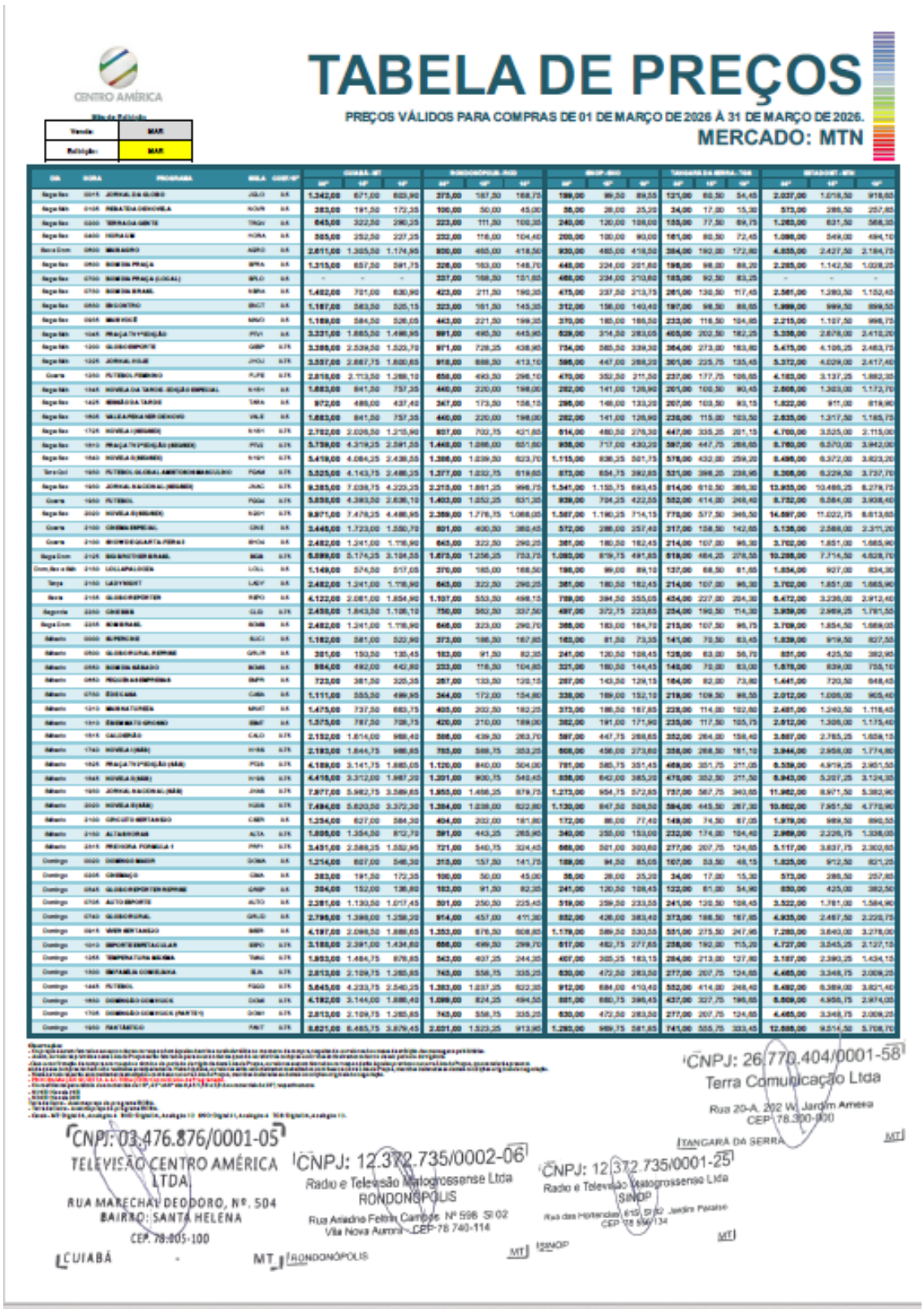

Tabela da TV CENTRO AMÉRICA Enviada no dia 24 de abril:

**De:** Bianca de Jesus Maciel <bianca.maciel@tvca.com.br>
**Enviado em:** sexta-feira, 24 de abril de 2026 14:19
**Para:** Pamela; Comercial
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** RE: TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ
**Anexos:** REDE 2.1 - TABELA RÁDIO COMERCIAL - 2026 CARIMBADA.pdf; Tabela de preço - Abril a Abril TV.pdf; Tabela de preço - março a março.pdf

Boa tarde,

@Pamela segue no PDF a tabela da Rádio, e da TV conforme solicitado

Att



CENTRO AMÉRICA

# TABELA DE PREÇOS

PREÇOS VÁLIDOS PARA COMPRAS DE 01 DE MARÇO DE 2026 À 31 DE MARÇO DE 2026.

MERCADO: MTN

CNPJ: 03.476.876/0001-05
TELEVISÃO CENTRO AMÉRICA LTDA
RUA MARECHAL DEODORO, Nº. 504
BAIRRO: SANTA HELENA
CEP. 78.005-100
CUIABÁ - MT

CNPJ: 12.372.735/0002-06
Radio e Televisão Matogrossense Ltda
RONDONÓPOLIS
Rua Ariadne Felipe Campos Nº 596 Sl 02
Vila Nova Aurora - CEP 78.740-114
RONDONÓPOLIS

CNPJ: 12.372.735/0001-25
Radio e Televisão Matogrossense Ltda
SINOP
Rua das Hortências, 610, Sl 02, Jardim Paraíso
CEP 78.550-134
SINOP - MT

CNPJ: 26.770.404/0001-58
Terra Comunicação Ltda
Rua 20-A, 202 W, Jardim Aurora
CEP 78.300-900
TANGARÁ DA SERRA - MT

## TABELA TV SBT RONDON

Tabela de preços solicitada no dia 27 de abril de 2026:

**De:** Pamela <pamela@dmdcomunicacao.com.br>
**Enviado em:** segunda-feira, 27 de abril de 2026 09:41
**Para:** opec@sbtmt.com.br; financeiro@sbtmt.com.br; financeiro@sbtmt.com.br; edmundo@sbtmt.com.br; mkt@sbtmt.com.br
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** RES: TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ

Olá,
Estamos participando de uma concorrência pública e precisamos da tabela de preços para o ano de 2026.

TV SBT RONDON

- Tabela cheia (bruto) sem descontos, carimbada e assinada, com VALIDADE para o ano de 2026.

TABELA VÁLIDA A PARTIR DO DIA 18 de Março de 2026.

Fico no aguardo.
Atenciosamente,




**De:** mkt@sbtmt.com.br
**Enviado em:** segunda-feira, 27 de abril de 2026 10:59
**Para:** 'Pamela'; opec@sbtmt.com.br; financeiro@sbtmt.com.br; financeiro@sbtmt.com.br; edmundo@sbtmt.com.br
**Cc:** antonio@dmdcomunicacao.com.br; julia@dmdcomunicacao.com.br; karinny@dmdcomunicacao.com.br; marinalva@dmdcomunicacao.com.br; ricardo@dmdcomunicacao.com.br
**Assunto:** RES: TABELA DE PREÇOS 2026 - CONCORRÊNCIA PREFEITURA DE CUIABÁ
**Anexos:** TABELA DE PREÇOS - MARÇO ASSINADA.pdf

Pâmela,

Segue tabela mês de março.

Lembrando que nossa tabela foi atualizada, então a programação do mês de março está diferente da atual.

Pedir tabela atualizada, quando solicitar mídia.

Atenciosamente,





TABELA DE PREÇOS 2026

sbt CUIABÁ RONDONÓPOLIS SINOP NOVA MUTUM

VIGÊNCIA DE 18/03/2026 ATÉ 31/12/2026

| | | | | PRAÇAS: | CUIABÁ | | RONDONÓPOLIS | | SINOP | | NOVA MUTUM | | CORTE GERAL | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PROGRAMA | DIA | HORA | GÊNERO | | 30" | 15" | 30" | 15" | 30" | 15" | 30" | 15" | 30" | 15" |
| SBT COMUNIDADE | SEG A SEX | 10:45 | JORNALISMO | | 2.741 | 2.057 | 989 | 743 | 578 | 435 | 272 | 205 | 4.810 | 3.613 |
| SBT NOTÍCIAS - IGOR TAQUES | SEG A SEX | 17:45 | JORNALISMO | | 4.314 | 3.235 | | | | | | | | |
| PROSA GALPONEIRA - ROO | DOMINGO | 08:00 | REGIONAL | | – | – | 714 | – | – | – | – | – | – | – |
| NOSSA TURMA | SÁBADO | 11:00 | INFANTIL | | 1.297 | 974 | – | – | – | – | – | – | – | – |
| HORA DO PESCADOR | SÁBADO | 07:00 | REPORTAGEM | | 1.297 | 974 | – | – | – | – | – | – | – | – |
| ISSO É AGROPE | SÁBADO | 12:00 | JORNALISMO | | 1.839 | 974 | 418 | 313 | 418 | 313 | 167 | 125 | 2842 | 3130 |
| SBT NOTICIAS ROO | SEG A SEX | 18:45 | JORNALISMO | | – | – | 989 | 743 | – | – | – | – | – | – |
| SE LIGA BRASIL | SEG A SEX | 05:00 | JORNALISMO | | 979 | 734 | 223 | 167 | 223 | 167 | 89 | 66 | 1.514 | 1.134 |
| PRIMEIRO IMPACTO | SEG A SEX | 07:30 | JORNALISMO | | 720 | 541 | 262 | 198 | 155 | 118 | 99 | 75 | 1.220 | 917 |
| NOVELA TARDE | SEG A SEX | 13:00 | NOVELA | | 4.060 | 3.045 | 1.463 | 1.097 | 852 | 639 | 312 | 234 | 6.687 | 5.015 |
| FOFOCALIZANDO | SEG A SEX | 14:30 | SHOW | | 2.623 | 1.967 | 948 | 712 | 555 | 417 | 206 | 156 | 4.317 | 3.239 |
| NOVELA NOITE | SEG A SEX | 19:45 | NOVELA | | 2.350 | 1.764 | 847 | 637 | 498 | 374 | 251 | 189 | 3.932 | 2.950 |
| SBT BRASIL | SEG A SÁB | 18:30 | JORNALISMO | | 4.799 | 3.600 | 1.731 | 1.299 | 1.010 | 759 | 402 | 303 | 7.927 | 5.947 |
| PROGRAMA DO RATINHO | SEG A SEX | 20:30 | AUDITÓRIO | | 3.210 | 2.409 | 1.157 | 870 | 678 | 510 | 340 | 256 | 5.372 | 4.031 |
| THE NOITE | SEG A QUI | 23:00 | AUDITÓRIO | | 2.122 | 1.592 | 767 | 576 | 450 | 339 | 152 | 116 | 3.476 | 2.608 |
| THE NOITE | SEXTA-FEIRA | 22:45 | AUDITÓRIO | | 2.122 | 1.592 | 767 | 576 | 450 | 339 | 152 | 116 | 3.476 | 2.608 |
| SBT PODNIGHT | SEG A QUI | 00:30 | ENTREVISTA | | 806 | 604 | 172 | 128 | 172 | 128 | 73 | 54 | 1.225 | 916 |
| SBT PODNIGHT | SEXTA-FEIRA | 00:15 | ENTREVISTA | | 806 | 604 | 172 | 128 | 172 | 128 | 73 | 54 | 1.225 | 916 |
| OPERAÇÃO MESQUITA | SEG A SEX | 00:45 | SHOW | | 1.107 | 831 | 397 | 303 | 235 | 177 | 103 | 78 | 1.833 | 1.376 |
| GALVÃO FC | SEGUNDA | 21:30 | ESPORTIVO | | 2.984 | 2.238 | 1.075 | 806 | 627 | 470 | 333 | 249 | 5.019 | 3.764 |
| A PRAÇA É NOSSA | QUINTA | 21:30 | HUMORÍSTICO | | 4.267 | 3.202 | 1.219 | 1.155 | 900 | 676 | 390 | 295 | 6.696 | 5.023 |
| EITA,LUCAS! | SÁBADO | 13:45 | GAME SHOW | | 1.839 | 1.379 | 418 | 313 | 418 | 313 | 167 | 125 | 2.842 | 2.131 |
| CASOS DE FAMÍLIA | SÁBADO | 14:45 | AUDITÓRIO | | 4.060 | 3.045 | 1.463 | 1.097 | 852 | 639 | 312 | 234 | 6.687 | 5.015 |
| SBT NOTÍCIAS 1ª EDIÇÃO NACIONAL | SÁBADO | 10:00 | JORNALISMO | | 979 | 734 | 223 | 167 | 223 | 167 | 89 | 66 | 1.514 | 1.134 |
| CINEMA EM CASA | SÁBADO | 15:45 | FILME | | 2.112 | 1.586 | 763 | 574 | 448 | 337 | 184 | 139 | 3.493 | 2.621 |
| ESQUADRÃO DA MODA - TEMPORADA | SÁBADO | 20:30 | ENTRETENIMENTO | | 4.226 | 3.169 | 1.535 | 1.151 | 896 | 672 | 285 | 213 | 6.915 | 5.186 |
| SABADOU COM VIRGÍNIA - (ATÉ 21/03/2026) | SÁBADO | 21:15 | ENTRETENIMENTO | | 2.851 | 2.138 | 647 | 485 | 647 | 485 | 258 | 193 | 4.148 | 3.303 |
| PROGRAMA DO JOÃO | SÁBADO | 23:00 | AUDITÓRIO | | 1.630 | 1.222 | 370 | 277 | 370 | 277 | 148 | 111 | 2.518 | 1.887 |
| SBT SPORTS | DOMINGO | 06:30 | FUTEBOL | | 1.183 | 892 | 422 | 322 | 251 | 189 | 92 | 71 | 1.939 | 1.456 |
| DOMINGO LEGAL | DOMINGO | 10:15 | AUDITÓRIO | | 2.842 | 2.132 | 1.024 | 770 | 600 | 451 | 282 | 213 | 4.734 | 3.551 |
| PROGRAMA SILVIO SANTOS | DOMINGO | 18:00 | AUDITÓRIO | | 5.009 | 3.758 | 1.805 | 1.356 | 1.055 | 793 | 518 | 390 | 8.373 | 6.281 |
| SÉRIE DOMINGO | DOMINGO | 23:00 | FILME | | 2.454 | 1.841 | 888 | 667 | 519 | 390 | 172 | 131 | 4.019 | 3.015 |
| ROTATIVO | SEG A DOM | – | – | | 1.976 | 1.482 | 714 | 537 | 419 | 316 | 294 | 222 | | |
| PROGRAMETE 2'00" | | SOB CONSULTA* | | | 9.385 | | 3.382 | | 1.976 | | 1.384 | | 16.122 | |
| PROGRAMETE 3'00" | | SOB CONSULTA* | | | 13.137 | | 4.733 | | 2.766 | | 1.936 | | 22.555 | |
| MERCHANDINSG 60" | | | | | | | | | | | | | | |
| SBT COMUNIDADE | SEG A SEX | 10:30 | JORNALISMO | | 10.786 | | 1.974,00 | | 1151,00 | | 540,00 | | 14.451 | |
| SBT NOTICIAS | SEG A SEX | 18:00 | JORNALISMO | | 10.786 | | | | | | | | | |
| SBT NOTÍCIAS ROO | SEG A SEX | 18:45 | JORNALISMO | | – | | 1.974,00 | | – | | – | | – | |
| NOSSA TURMA | SÁBADO | 11:00 | INFANTIL | | 2.387 | | – | | – | | – | | – | |

PROGRAMAS TERCEIRIZADOS / FORMATOS DIFERENCIADOS VENDA SOB CONSULTA. CONVERSÃO DA TABELA PARA 15", 45", 60", 90" e 120" SÃO: 0,76; 1,5; 2,0; 3,0 e 4,0 DO VALOR DA INSERÇÃO DE 30 SEGUNDOS. PROGRAMAÇÃO SUJEITA A ALTERAÇÃO SEM AVISO PRÉVIO.
TIPO DE ENTREGA DO MATERIAL A SER VEICULADO: DIGITAL EM ALTA, HD, 1920X1080 E MP4 OU MXF
Telefone (65) 3028-8750 | opav@sbtmt.com.br | mkt@sbtmt.com.br | financeiro@sbtmt.com.br

SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA - C.N.P.J. 01.046.390/0002-84 - I.E: 13.170.258-0
RUA AV HISTORIADOR RUBENS DE MENDONCA - 2446 CEP 78.060-280 - BAIRRO JARDIM ACLIMAÇÃO CUIABÁ-MT - CEP.: 78060-280
FONE: (66) 3028-8760

CNPJ: 01.046.390/0002-84
Inscrição Estadual: 13.170.258-0
SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Historiador Rubens de Mendonça Nº 2445
Bairro Jardim Aclimação
CEP: 78.050-280 · CUIABÁ · MT

CNPJ: 01.046.390/0001-01
Insc. Estadual: 13.170.258-0
SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Governador Júlio José de Campos
Nº 919 - Bairro Parque Sagrada Família
CEP: 78 735-330
RONDONÓPOLIS · MT

CNPJ: 37.464.013/0001-21
Insc. Estadual: 13.692 409-5
SISTEMA DORNER DE COMUNICAÇÃO LTDA - EPP
Rua dos Açaís, 73, Setor Comercial
CEP: 78.550-156
SINOP · MT

CNPJ: 01.556.337/0001-42
EMPRESA MUTUM DE COMUNICAÇÕES LTDA
Av. Das Águias, Nº 108 W
Lot. Aeroporto
CEP: 78450-000
NOVA MUTUM · MT

EDMUNDO CURVO
Diretor Comercial

Nota-se ainda que o e-mail enviado pelo SBT confirma que a tabela utilizada corresponde ao mês de março, com vigência a partir de 18/03/2026.

A atenção dedicada pela DMD na obtenção dessas tabelas comprova o compromisso com as exigências do edital e afasta qualquer dúvida quanto à correta execução do planejamento de mídia. Assim, os apontamentos da Agência Z3 revelam-se infundados, uma vez que todas as tabelas apresentadas estão devidamente válidas, datadas, carimbadas e em conformidade com o último aviso da licitação.

**Da improcedência da alegação de descumprimento do item 17.2.11.4.3 (mídias inovadoras).**

A recorrente Z3 Publicidade alega, de forma equivocada, que a DMD Comunicação descumpriu o item 17.2.11.4.3 do Edital ao apresentar o "valor cheio" para mídias inovadoras e supostamente omitir valores de CPM. Tal argumento demonstra profundo desconhecimento das regras editalícias aplicáveis

ao ambiente digital, bem como ignora as tabelas expressamente apresentadas no Plano de Comunicação da DMD Comunicação.

**1. Do estrito cumprimento da regra específica para Mídias Digitais/Inovadoras** Diferente da mídia tradicional (offline) que opera com tabelas de preços engessadas, a compra de mídia digital opera sob a lógica de leilão dinâmico. O próprio Edital reconhece esta realidade técnica e estabelece uma regra de exceção e especificidade no **item 17.2.11.4.7.2**, que dispõe:

> 17.2.11.4.7.2 para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos.

Para que não restassem dúvidas sobre o que é "forma inovadora", o **item 17.2.11.4.7.3** dispõe:

> 17.2.11.4.7.3 para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, tais como mídia programática, trading desks e redes sociais (ex. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube), está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;

Portanto, ao apresentar orçamentos em formato de valor de investimento para plataformas digitais, a DMD Comunicação não cometeu nenhuma falha. Ao contrário: cumpriu o que determina a regra específica do certame, que se sobrepõe à regra geral pretendida pela recorrente.

**2. Da inverídica alegação de ausência de custos relativos (CPM/CPC) no Plano de Mídia**

O **item 17.2.11.4.3**, citado pela Z3, exige a apresentação de *"(...) custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes"*.

A alegação de que a DMD não apresentou indicativos de CPM é factualmente incorreta.

Basta a simples leitura do Plano de Comunicação da DMD para constatar que a exigência foi plenamente atendida. A agência uniu a regra do montante de

investimento (item 17.2.11.4.7.2) com a indicação das métricas exigidas (item 17.2.11.4.3), apresentando planilhas de "Estratégia de Execução" detalhadas para cada meio digital. Nestas planilhas, a DMD indicou os volumes de impressões/cliques esperados e na coluna de Principais Métricas e Otimização (KPIs) por canal, apresentou as métricas de negociação correspondentes a cada etapa do funil.

Tabela: Estratégia De Execução – Instagram

| Fase | Período | Investimento | Formato | Público-Alvo | Otimização (KPI) | Métricas Projetadas |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alcance | 02/05 a 31/05 | R$ 30.000 | 1 Reels 30" + 1 post estático (feed e story) | Moradores de Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Interesses: Finanças, economia, cupons, cashback<br>+ Comportamento: Compradores mobile | CPM | 4.965.000 impressões |
| Tráfego I | 12/06 a 30/06 | R$ 11.000 | 1 Carrossel | Moradores de Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Customizadas: Impactados Fase 1<br>+ Interesses: Serviços financeiros, finanças, crédito, cashback. | CPC, CTR, CPM | 42.000 cliques<br>1.722.000 impressões |
| Tráfego II | 02/06 a 15/06 | R$ 20.000 | Reels 20" + 1 post estático (feed e story) | Moradores de Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Remarketing: Visitantes site (30 dias)<br>+ Customizadas: Engajamento posts/vídeos<br>+ Lookalike: 1% visitantes do site | CPC, CTR, CPM | 56.000 cliques<br>2.576.000 impressões |
| Conversão (Promoção do app) | 16/06 a 30/06 | R$ 19.000 | 1 Reels 15" (cartelado) | Moradores de Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Remarketing: Visitantes sem download<br>+ Customizadas: Engajamento vídeo 50%+<br>+ Lookalike: 1-3% conversores | CPA, CPC, CTR | 9.800 downloads do App Nota Cuiabana<br>3.332.000 impressões |
| **TOTAL** | 60 dias | R$ 80.000 | Mix de formatos | Base: Moradores de Cuiabá, 18-65 anos + Segmentação progressiva | Performance | 12.595.000 impressões<br>98.000 Cliques<br>9.800 downloads do App Nota Cuiabana |

Tabela: Estratégia De Execução – Facebook

| Fase | Período | Investimento | Formato | Público-Alvo | Otimização (KPI) | Métricas Projetadas |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alcance | 02/05 a 31/05 | R$ 6.000 | 1 Reels 30" + 1 post estático (feed e story) | Moradores Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Foco: Pais, proprietários negócios<br>+ Interesses: Finanças, governo | CPM | 1.650.000 impressões |
| Engajamento | 12/05 a 31/05 | R$ 4.000 | Reels 20" + 1 post estático (feed e story) | Moradores Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Customizadas: Impactados Fase 1 | CPE, CPM | 77.000 engajamentos<br>1.071.000 impressões |
| Tráfego | 01/06 a 15/06 | R$ 5.000 | 1 Carrossel | Moradores Cuiabá, 18-65 anos<br>**+ Remarketing:** Usuários engajados Fases 1-2 | CPC, CTR, CPM | 16.800 cliques<br>1.274.000 impressões |
| Conversão (Promoção do app) | 16/06 a 30/06 | R$ 5.000 | 1 Reels 15" (cartelado) | Moradores Cuiabá, 18-65 anos<br>+ Remarketing: Visitantes sem download<br>+ Lookalike: 1-3% conversores | CPA, CPC | 5.530 downloads do Aplicativo Nota Cuiabana |
| **TOTAL** | 60 dias | R$ 20.000 | Mix de formatos | Moradores Cuiabá, 18-65 anos + Segmentação progressiva | Perfor-mance | 3.995.000 impressões<br>77.000 engajamentos<br>16.800 cliques<br>5.530 downloads do Aplicativo Nota Cuiabana |

Fica evidente que a DMD Comunicação apresentou um plano de mídia digital maduro, que respeita a natureza de leilão das plataformas e atende **todas** as alíneas do Edital de forma integral. Requer-se, assim, a rejeição imediata do apontamento infundado levantado pela Z3 Publicidade.

**Da infundada quebra de isonômia nas notas da concorrência onde a Z3 cita a DMD.**

A recorrente busca rediscutir o mérito das notas atribuídas às propostas técnicas, inclusive à da DMD Comunicação. Contudo, a avaliação e a atribuição de pontuação são de competência exclusiva da Subcomissão Técnica, que realizou o julgamento conforme os critérios estabelecidos no edital. As alegações apresentadas representam mero inconformismo com o resultado obtido, sem demonstrar qualquer erro material, violação ao edital ou irregularidade capaz de justificar a revisão das notas.

No que se refere às menções à proposta da DMD Comunicação, trata-se de questionamentos dirigidos ao juízo técnico dos avaliadores. Dessa forma, requer-se o indeferimento das alegações da recorrente, mantendo-se integralmente as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica.

Detrai-se daí, que não prosperam os argumentos lançados pela recorrente Z3 PUBLICIDADE, em relação à proposta técnica da agência DMD.

**1.5.**

Fica evidente que o objetivo da descabida alegação da recorrente em relação à proposta técnica da licitante DMD, é induzir a comissão ao erro, além de fazer acusações sem nenhuma prova.

A recorrente, tenta em claro desespero, sustentar inexistentes incongruências na proposta técnica da licitante DMD e demais licitantes melhores classificadas, para fins de buscar a revisão das notas desta, para fins de tentar auferir vantagem indevida na ordem de classificação. Entretanto, as alegações da recorrente são inconsistentes e totalmente infundadas.

Têm-se portanto, que o julgamento e a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica às propostas técnicas, não possui qualquer vício e não merece qualquer reparo, visto que foram observados pela citada comissão todos os critérios e metodologia de julgamento estabelecidos pelo item 19 e seguintes do Edital. Não pode a licitante recorrente, após ser ver com pontuação a menor no certame em relação a outros licitantes, querer arvorar-se de julgadora e segundo seus critérios e valoração totalmente equivocados e parciais, pretender

desqualificar o material apresentado pelas demais licitantes, em especial a proposta técnica da agência DMD, para fins de diminuir-lhes a pontuação obtida. Ainda mais quando seus fundamentos não subsistem diante da criteriosa avaliação e julgamento já realizado pela r. Subcomissão Técnica, que em estrita observância aos critérios objetivos previstos no Edital, quando do julgamento da proposta técnica e de preço das agências licitantes, atribuindo-lhes a pontuação correta e justa, observados logicamente as ressalvas já pontadas no recurso da licitante DMD.

Pelo exposto, têm-se que o julgamento e pontuação que fora atribuída r. Subcomissão Técnica às propostas técnicas observou o preenchimento dos requisitos estabelecidos no Edital para fins de avaliação e pontuação da proposta técnica e de preço, visto que as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas, dentre elas a agência DMD, atenderam perfeitamente ao exigido pelo Edital. Como também a pontuação atribuída corresponde a qualidade do material apresentado, ainda mais em se fazendo uma análise comparativa com o material apresentado pelas demais licitantes. Estando assim a irresignação da recorrente Z3 PUBLICIDADE sem relação à pontuação atribuída à agência DMD ser julgada improcedente.

Desta feita, merece indeferimento o pedido recursal de anulação do certame, e também merece ser indeferido o embutido pedido de revisão das notas atribuídas à licitante DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, mantendo-se a pontuação que lhe fora atribuída nestes quesitos, visto que em total conformidade com o edital e por estar em estrito respeito e observância aos princípios da igualdade, legalidade e vinculação ao Edital. Mantendo-se ainda a classificação desta. De igual forma, merece também ser mantida a pontuação atribuída à licitante recorrente Z3 PUBLICIDADE, visto que correspondente a qualidade da proposta técnica apresentada por esta.

**-2-**

**DO PEDIDO DE JULGAMENTO PELA IMPROCEDÊNCIA DO RECURSO DA LICITANTE ZIMMERMANN PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA).**

Em face do exposto, requer se digne Vossas Excelências a acolher as contrarrazões recursais acima arguida, para fins de negar provimento ao recurso

interposto pela licitante ZIMMERMANN PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA), rejeitando o pedido de anulação do julgamento e do certame, declarando válido e eficaz o certame de concorrência pública em discussão, bem como rejeitar e indeferir o pedido de revisão e majoração da pontuação da recorrente, e o pedido de revisão e redução de pontuação das demais agências licitantes.

Por cautela, requer, desde já, na remota hipótese de ser acolhido o recurso interposto pela licitante ZIMMERMANN PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA), a remessa do mesmo e das presentes contrarrazões para a administração superior, a fim desta proceder com a análise e deliberação para a reforma ou mantença da decisão.

Por ser medida a aplicar a mais lídima JUSTIÇA!
PEDE DEFERIMENTO.

Cuiabá, 27 de julho de 2026.

ADRIANA ROSANA GUEDES SE:00235448133

Assinado de forma digital por ADRIANA ROSANA GUEDES SE:00235448133
Dados: 2026.07.27 17:27:59 -04'00'

DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA
CNPJ/MF: 03.175.635/0001-18
Adriana Rosana Guedes Sé
Sócia Administradora