

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO
PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE
ENFERMAGEM

COFEN - SETOR DE ARQUIVO E PROTOCOLO
RECEBIDO
Protocolo nº. 1263 / 2017
Brasília, 04 / 04 / 17, às 09 h 21
eloays
Servidor(a)

CONCORRÊNCIA Nº 2/2016

DEBRITO PROPAGANDA E
COMUNICAÇÃO LTDA., empresa com sede na Rua Fidêncio Ramos, nº
223, 1º andar, conjunto 13, CEP 04551-010, Vila Olímpia, São Paulo - SP,
inscrita no CNPJ/MF sob o nº 07.987.117/ 0001-50, escritório em Brasília,
Distrito Federal, na SCN, Quadra 01, Bloco "C", Salas 1701 a 1703, CEP
70711-902, por seu representante ao final assinado, vem perante essa
Egrégia Comissão, não se conformando com o resultado de julgamento
das propostas técnicas publicado no Diário Oficial de 28 de março de
2017, vem, respeitosamente, interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO**
nos termos do artigo 109, I, da Lei 8666/1993 combinado com dispositivo
22.1 do edital, pelas razões seguintes:

I – SOBRE O PRESENTE RECURSO

1. Respeitosamente insurge-se a Recorrente contra o resultado do julgamento das propostas. Quer pelas diversas inconsistências procedimentais, que resultam em "*error in procedendo*" que macula o procedimento e impõe a anulação dos atos praticados, quer em razão de erros de julgamento atinentes ao mérito na apreciação das propostas, e, pois, caracterização de "*error in judicando*" a exigir a reforma do quanto decidido, impõe-se a anulação ou a reforma do julgamento.

2. As inconsistências são inúmeras e de tal ordem, que para que essa Douta Comissão tenha facilitado o trabalho de apreciação, dividir-se-ão essas razões em capítulos divididos metodologicamente por licitante cuja proposta tenha sido indevidamente apreciada, tanto em termos formais quanto no que toca ao mérito.

II – SOBRE O JULGAMENTO DA PROPOSTA DA LICITANTE

KLIMT AGENCIA DE PUBLICIDADE LTDA.

3. As inconsistências na apreciação das propostas se verificam no julgamento das propostas técnicas de mais de uma licitante. Mas as inconsistências são mais graves e volumosas no julgamento da proposta técnica da licitante KLIMT.

4. Um primeiro aspecto a ser abordado na proposta da concorrente KLIMT diz respeito à estratégia de mídia apresentada. De fato, um planejamento de mídia, exige técnica, pesquisa

e coerência. E tudo isso é o que não contém a proposta da agência em questão.

5. A agência KLIMT em sua proposta usa e abusa de preços absolutamente não factíveis, impondo-se sua imediata desclassificação a teor do artigo 48, inciso II, da Lei 8666 / 1993. Vamos aos fatos.

6. Uma primeira afirmação que deve ser feita de forma a demonstrar a evidente inexecutabilidade da proposta da agência KLIMT, é a de que não existe outdoor no valor (médio) de R\$ 750,00 como apresentado, isto é, o preço não é factível (confira-se as tabelas de preço que seguem anexadas a estas razões recursais).

7. Ora, esse valor para veiculação em outdoor fantasioso e falso, acarreta um número artificial em termos de veiculações, tornando artificialmente a proposta aparentemente mais competitiva e atraente, embora na verdade seja inexecutável.

8. Para além da inexecutabilidade, note-se que na estratégia de mídia relativamente a Outdoor não há justificativa da razão da estratégia de mídia contar com veiculações em algumas praças e em outras não, ao menos em termos de campanhas nacionais.

9. O plano da agência KLIMT prevê veiculação em outdoor no Amazonas, Acre, Piauí, Maranhão, Ceará, Bahia, DF, MG. Sabendo-se que nas capitais paulista e fluminense não há veiculação em outdoor, soa estranho, para dizer o mínimo, que não apareçam veiculações nas importantes praças do interior do Estado do Rio de

Janeiro ou no interior do Estado de São Paulo, nem tampouco outros estados. Além disso, indica veiculação por outdoor na capital do RJ, na qual é vedada a utilização desse meio. Portanto, é uma proposta pouco eficaz, desequilibrada e feita evidentemente com o propósito de oferecer um preço menor, porém com a eficácia comunicacional severamente comprometida.

10. Ainda quanto à estratégia de mídia, convém abordar a questão da veiculação proposta em salas de cinema. Na estratégia apresentada pela agência KLIMT não há justificativa para veiculação em algumas praças pouco representativas, ao menos em termos de campanhas nacionais, como por exemplo, Pindamonhangaba (SP), Cotia (SP), Taguatinga - DF (porque somente em Taguatinga e não no DF inteiro?) Seria desimportante a veiculação em salas de cinema fora do plano-piloto, especialmente quando se sabe que Brasília possui 88 salas de cinema, mas apenas 28 fora do plano piloto - confira-se recente reportagem em <http://www.metropoles.com/entretenimento/cinema/no-df-as-salas-de-cinema-estao-concentradas-no-plano-piloto>), Valparaíso (GO), citando-se tais praças como exemplo da inconsistência técnica da proposta da agência KLIMT. Nota-se, assim, que a escolha de praças foi feita ou de modo aleatório ou por qualquer outra razão que não a eficiência comunicacional, em qualquer caso, sem justificativa técnica que ampare a escolha dessas praças.

11. Mas não é só! Ainda sobre a divulgação em salas de cinema, escolheu-se um exibidor que não é o que tem maior abrangência nacional, que é a rede Cinemark, rede essa que não somente é a maior, mas também a melhor (confira-se reportagem do importante jornal *Folha de São Paulo* referindo pesquisa do instituto de pesquisas *Data Folha*, pesquisa de natureza qualitativa, matéria acessível em

<http://guia.folha.uol.com.br/cinema/2017/02/cinemark-e-melhor-rede-de-cinema-diz-datafolha-espaco-itaupompeia-e-cinepolis-jk-se-destacam.shtml>). Sendo assim, a escolha da rede Cineflix significa a

escolha do menor e do pior, o que longe de trazer qualquer vantagem à Administração Pública, evidentemente coloca a veiculação em patamar quantitativo e qualitativo inferior, o que simplesmente inaceitável.

12. Acrescente-se que o Sr. Rafael Frota, representante da empresa Cineflix é sócio da empresa KLIMT, o que evidentemente macula a escolha desse canal de distribuição (confira-se a propósito, a nota fiscal número 000463, vinculada ao PI 23814 que segue anexada a estas razões, na qual se verifica o faturamento pela R2 Agenciamento de Espaços para Publicidade Ltda, de veiculação em sala da rede Cineflix, sendo sócio da R2 Publicidade o Sr Rafael Frota, como atesta a informação também anexada da Junta Comercial do DF, dito senhor que é também sócio da Black Bird Filmes Ltda - ME, igualmente conforme as informações da Junta Comercial do DF, seguindo também imagens de cartões de visita). Não bastasse a impropriedade e a natural suspeita que recai sobre essa escolha da rede de cinema, é certo que uma vez contratada a empresa KLIMT, imprópria seria a veiculação por empresa com a qual a licitante possui relações formais, o que, a se evitar a potencial ilegalidade e não realizada a veiculação pela rede cujas relações com a agência maculam a escolha, ter-se-ia em outros termos, uma nova inexequibilidade da proposta.

13. Mas o rol de inconsistências da proposta da agência KLIMT não é curto. E isso se evidencia ainda mais quando se analisa a sugestão de utilização de empena como meio de divulgação. Além de sintomático que esse meio seja também comercializado pela mesma empresa (R2 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA

PUBLICIDADE LTDA ME, confira-se certidão da Junta Comercial anexada a estas razões) cujos sócios são os mesmos da agência KLIMT, no plano apresentado são colocadas duas empenas, sem qualquer justificativa técnica, não sendo usual a recomendação isolada no plano de mídia da utilização desse meio. Confira-se a nota fiscal número 000.406, vinculada ao PI 23318, que segue anexada, na qual se verifica o faturamento pela R2 Agenciamento de Espaços para Publicidade Ltda.

14. Com relação ao quesito *repertório e cases*, constata-se da leitura das descrições contidas nas fichas técnicas que os problemas a serem resolvidos não envolviam estratégia e nem exigiam excelência em criatividade. Tanto é verdade que a agência KLIMT não apresenta resultados desses trabalhos, limitando-se a emitir opinião própria e unilateral sobre sua execução, uma tentativa de suprir a ausência de qualquer tipo de comprovação qualitativa ou quantitativa do retorno dos investimentos realizados, não havendo clareza na exposição das informações prestadas.

15. Tanto em relação ao repertório, como em relação aos *cases*, **a agência KLIMT não criou e nem produziu nenhuma campanha de mídia de massa em âmbito nacional.**

16. No que toca à *capacidade técnica*, a agência KLIMT não demonstrou possuir capacidade técnica para realizar campanhas com o nível de profissionalismo, criatividade e qualidade de execução das Campanhas realizadas pelo COFEN.

M

17. A absoluta falta de capacidade técnica da agência KLIMT é também evidenciada relativamente ao importante quesito *ideia criativa*.

18. Toda ideia criativa está baseada na figura do ator Reynaldo Gianechini, uma personagem famosa, que se curou de um câncer e está presente muitas campanhas publicitárias de empresas como o Banco do Brasil, Catho, Graac, Unimed, etc.

19. Em consulta sobre o valor do cache (v. documento anexado, cotação de cachê do ator em questão) verifica-se que o cachê do referido ator se inicia com valores a partir de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais). Imagina-se que para uma campanha com grande envolvimento como o proposto pela agência KLIMT, o valor deve ser bem superior. Contudo, na proposta de preços e planilha de orçamentos o valor para cachês e produção fotográfica de 3 (três) personagens tem um valor de R\$ 132 mil. Bem abaixo da realidade. Isso demonstra, **de um lado, a falta de conhecimento técnico e distância da realidade de mercado, e de outro, a inexequibilidade da proposta, pelo que se impõe a imediata desclassificação da agência KLIMT a teor do artigo 48, inciso II, da Lei 8666 / 1993.**

20. Ainda sobre a ideia criativa, convém observar que o vídeo institucional proposto pela agencia KLIMT, no *animatic* apresentado, possui uma ideia de roteiro copiada de outra exatamente igual já realizada pelo COFEN em 2015 (disponível no canal do COFEN no Youtube https://www.youtube.com/watch?v=EQG_S8FptkQ). Em outras palavras faltaram originalidade, pesquisa e observação aos materiais disponíveis e já produzidos.

21. Quanto à adesivagem de elevadores, não é razoável sabendo-se que as unidades do COREN em sua maioria não possuem prédios próprios com elevadores ou usados com exclusividade, de forma que a adesivagem em elevadores ou seria inviável ou economicamente desestimulante (por exemplo, qual seria o custo para adesivar os elevadores de um edifício comercial com centenas de salas ocupando o COREN somente parte dessas unidades? Além disso, essa adesivagem, nesse caso, seria autorizada?). Entretanto, não há qualquer previsão de custo sobre esse meio, o que invalida a proposição, a qual, se aprovada sem a necessária previsão orçamentária, redundará certamente em uma veiculação inexecutável, em termos práticos, quando não simplesmente impraticável ante a impossibilidade pura e simples, pela negativa dos responsáveis pela edificação e pelos elevadores.

22. Quanto ao *raciocínio básico* apresentado pela agência KLIMT, este mostra-se superficial e frágil, denotando a falta de conhecimento e de pesquisa sobre o tema. Pouco mais de lauda e meia foi escrita, e desse conteúdo parte considerável é reprodução do site oficial com informações óbvias. Não se abordou nada sobre questões importantes no ambiente da saúde pública, da baixa qualidade da formação profissional, do ensino à distância, da violência contra os profissionais de enfermagem, enfim, nada sobre temas relevantes às necessidades comunicacionais do COFEN. Destarte, incompreensível a nota atribuída (média de 9,63) para esse quesito, o que seguramente evidencia falha na avaliação.

23. Também é grave a retomada de conceitos já superados pelo COFEN. O texto das peças como anúncio e *hotsite* contém

um trecho no qual é dito que “os profissionais de enfermagem cuidam da vida e confortam o espírito”, e mais adiante, refere “pura vocação e amor”. **Tais conceitos foram há muito tempo abandonados pelo COFEN!** O que deve ser abordado, conforme informa o *briefing*, são os aspectos técnicos, científicos e suas especializações. A profissão não deve mais ser posicionada como a de alguém que trata o paciente apenas pelo lado afetivo. O que rege a categoria são aspectos racionais e objetivos.

24. Nesse passo, a campanha proposta pela agência KLIMT contém um sério desvio de concepção e uma assustadora falta de informação. Ainda que se diga tratar-se agora de um exercício, era importante que os senhores avaliadores pudessem notar a indesejável mensagem contida na proposta de comunicação da agência KLIMT.

25. Além disso, nos vídeos apresentados, em nenhum momento são citados nos respectivos áudios o nome e marca do COFEN. Não estamos aqui falando de marcas notórias e mundiais como *Nike* ou *Coca-Cola*. É necessário deixar claro quem está levando aquela mensagem. No spot de rádio é citado simplesmente “uma campanha do Cofen”. Mas quem é o COFEN para o grande público? A comunicação proposta deveria explicitar a “marca”, por assim dizer, da entidade. Questão fundamental como essa não foi levada em consideração na avaliação. Note-se que no *briefing* do edital é pedido para as agências trabalharem o fortalecimento da instituição. Como fortalecer a instituição se nas principais mídias de massa e digital não se menciona sequer o nome da entidade?

26. No que toca à *estratégia de comunicação*, constata-se novo equívoco da agência KLIMT quando esta propõe consumir recursos com uma peça *teaser* com poucas inserções.

27. Com efeito, peças *teaser* com poucas inserções não criam expectativas, deixando claro que se trata de estratégia questionável em termos de eficácia comunicacional, além do gosto duvidoso.

28. Observe-se, também, a pouca clareza nas peças de vídeo, quando se verifica a referência ao mote “60 horas já!”. Não seria “30 horas semanais já!”? A falta de clareza dispensa maiores digressões.

29. No extenso rol de falhas da proposta da agência KLIMT, nota-se, em relação ao *custo de produção*, a ausência de previsão de verba para 2 (dois) filmes institucionais (caso 2 e caso 3). Na planilha “resumo dos custos de produção” consta apenas um valor total para produção de filme institucional de 1 minuto, de 30 segundos e de 15 segundos. Mas o planejamento e relação de peças constam 3 filmes de 60 segundos, redução de 30 segundos e de 15 segundos.

30. Em outras palavras, faltaram os custos de produção de outros dois casos, mais um, dentre tantos erros e inconsistências não notados pela subcomissão de avaliação. Também está ausente a indicação de custo de programação no Youtube.

31. Também é certo que quanto à *capacidade de atendimento* a agência KLIMT deixa a desejar. Dos onze currículos apresentados, três profissionais exercem funções nitidamente de fornecedores de agência, ou seja, produtora de cinema e vídeo. São eles: um diretor de fotografia, um editor de vídeo e um profissional de cinema. Todos os três constam que trabalham ou trabalharam para a produtora BLACK BIRD, que pertence aos mesmos sócios da agência KLIMT.

32. Note-se que a agência KLIMT não apresentou clientes de âmbito nacional para os serviços objeto do certame e não apresentou o conceito de seus produtos e serviços no mercado de cada cliente, nem, tampouco, especificou quais seriam as pesquisas e informações de marketing que serão disponibilizadas ao COFEN, conforme pede o item 11.6, letra “e” do edital.

33. Em suma, a agência KLIMT não demonstra capacidade técnica, nem tampouco capacidade de atendimento, para prestação ao COFEN dos serviços licitados.

34. Tudo considerado, impõe-se a imediata desclassificação da agência KLIMT, a teor do artigo 48, II, da Lei 8666 / 1993, alegação que se faz sem prejuízo de necessidade da reavaliação da proposta ante às inconsistências apontadas, caso, por absurdo, seja a agência KLIMT mantida no certame.

III – SOBRE O JULGAMENTO DA PROPOSTA DA LICITANTE

AGÊNCIA AZ3

35. Algumas são as inconsistências na proposta dessa licitante, não devidamente observadas pela subcomissão avaliadora.

36. Assim, nota-se a inconsistência no plano de mídia e na falta da relação comentada de peças, o que o edital pede de forma explícita.

37. Assim, nota-se a indicação de custos errados e mencionados de forma confusa nas planilhas de mídia, faltando os custos de produção para peças de *Internet, banners, etc*, constando da lista 2 (duas) peças. Além disso, na planilha de TV não está clara a indicação da frequência, inexistindo informação de mídia, pesquisa, cobertura impactos etc. Tampouco é apresentada a relação de emissoras de rádio e os respectivos custos por praça. Quanto à veiculação em *outdoor*, não foram apresentadas as praças selecionadas e as respectivas quantidades por praça. Em suma, absolutamente inconsistente o plano de mídia da agência AZ3.

38. Quanto à *ideia criativa e estratégia de comunicação*, nota-se que a proposta da agência AZ3 deixou de valorizar a formação do profissional que atualmente é visível e presente na categoria. Os profissionais serão valorizados se a sociedade e os influenciadores da área de saúde enxergarem nesses profissionais a capacidade técnica e a alta especialização. Caso contrário, serão sempre vistos como profissionais menos qualificados. A comunicação tem esse papel de mostrar o conhecimento e a boa formação educacional e prática. Nota-se o foco da campanha no conceito de cuidar e em outros conceitos presente em lutas sindicais, conceitos esses que não se alinham com o foco da atuação do COFEN presentemente.

M

39. Nesse aspecto, houve uma supervalorização pela subcomissão dessa estratégia de comunicação e ideia criativa, em detrimento de outras, como a da DeBrito, por exemplo, que abordam os temas apropriados de forma clara e forte. Não se compreende, assim, a atribuição à campanha da agência AZ3 de uma nota de 54,93 pontos em um total de 65 para a capacidade técnica, considerando tratar-se de campanha que nada tem de surpreendente, sendo na verdade uma campanha comum, óbvia e simples, sem impacto e sem brilho criativo.

40. Ainda que assim não fosse, há importante inconsistência na atribuição de nota pelo avaliador Flávio Ferreira Lima, especialmente com relação ao quesito *ideia criativa*.

41. Ora, sabe-se que a subcomissão elaborou tabela atribuindo os pontos máximos para cada quesito a ser avaliado. Para esse quesito, com pontuação máxima de 20 pontos, subdivido, conforme itens constantes do edital, em letras A e J, representando os itens constantes do dispositivo 12.2.1.3 do edital, estabeleceu-se para as letras A e B a nota máxima de 3 (três) pontos. Entretanto, **na planilha individual de avaliação / proposta técnica do avaliador Flávio Ferreira Lima, foram atribuídas as pontuações de 3,1 (para o item A) e 3,5 (para o item B), para a licitante AZ3, em flagrante desacordo com o que a própria subcomissão estabeleceria em termos avaliatórios.**

42. Essa atribuição errônea de pontos na avaliação da agência AZ3, assim como a consideração das demais inconsistências apontadas, impõem a revisão do julgamento da proposta dessa agência, caso não se decida pela sua desclassificação, que também fica desde já requerida.

IV – SOBRE O JULGAMENTO DA PROPOSTA DA LICITANTE LUME

43. Como dito acima, a subcomissão elaborou tabela atribuindo os pontos máximos para cada quesito a ser avaliado.

44. Relativamente ao quesito *capacidade de atendimento*, com pontuação máxima de 15 pontos, subdivido, conforme itens constantes do edital, em letras A a F, representando os itens constantes do dispositivo 12.2.2 do edital, estabeleceu-se para a letra F a nota máxima de 2 (dois) pontos.

45. Entretanto, na planilha individual de avaliação / proposta técnica do avaliador Helton Verão Lopes, foi atribuída a pontuação de 2,3 para a licitante LUME, em flagrante desacordo com o que a própria subcomissão estabeleceria em termos avaliatórios.

45. O refazimento da avaliação da agência LUME, portanto, é de rigor.

IV – SOBRE O JULGAMENTO DA PROPOSTA DA LICITANTE FAZENDA

42. Novamente se verifica erro na atribuição de pontuação constante de tabela elaborada pela subcomissão atribuindo os pontos máximos para cada quesito a ser avaliado.

43. Assim, relativamente ao quesito *estratégia de mídia e não mídia*, com pontuação máxima de 10 pontos, subdivido, conforme itens constantes do edital, em letras A a F, representando os itens constantes do dispositivo 12.2.1.4 do edital, estabeleceu-se para a letra E a nota máxima de 2 (dois) pontos. Entretanto, na planilha individual de avaliação / proposta técnica do avaliador Flávio Ferreira Lima, foi atribuída a pontuação de 2,1 para a licitante FAZENDA, mais uma vez em desacordo com o que estabelecido, sendo imperiosa nova avaliação, nesse particular.

V – DO PEDIDO

44. Pelo exposto, cabe requerer, com a devida vênia:

a) diante das evidentes inconsistências apontadas no julgamento das propostas das licitantes mencionadas, seja anulada integralmente essa fase do procedimento licitatório, com a retomada do processo a partir da fase anterior;

b) caso se mantenha a fase impugnada do procedimento licitatório, impõe-se a pronta e imediata desclassificação

das agências KLIMT e AZ3, reavaliando-se ainda as propostas das agências LUME e FAZENDA;

c) finalmente, caso se mantenham todas as agências mencionadas no certame, o que somente se admite por amor ao argumento, que sejam reavaliadas as propostas das agências KLIMT, AZ3, LUME e FAZENDA, desta feita com avaliação correta e correta atribuição de notas.

Brasília, 3 de abril de 2017



DEBRITO PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO LTDA.

Representada por: Marcuce Mercês Luz
Procurador



SISTEMA NACIONAL DE REGISTRO MERCANTIL - SINREM
SECRETARIA ESPECIAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA - SEMPE
DEPARTAMENTO DE REGISTRO EMPRESARIAL E INTEGRAÇÃO - DREI
JUNTA COMERCIAL DO DISTRITO FEDERAL - JCDF

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 1/2

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial BLACK BIRD FILMES LTDA-ME.				
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA				
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 53 2 0200336-5	CNPJ 22.493.404/0001-05	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 19/05/2015	Data de Início de Atividade 19/05/2015	
Endereço Completo (Logradouro, N° e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) SHCN CL QUADRA 309 BLOCO D SALA 212 ASA NORTE, BRASÍLIA, DF, 70.755-540				
Atividade(s) Econômica(s) 5911-1/99 ATIVIDADES DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 5911-1/01 ESTÚDIOS CINEMATOGRAFICOS 5911-1/02 PRODUÇÃO DE FILMES PARA PUBLICIDADE 1830-0/02 REPRODUÇÃO DE VÍDEO EM QUALQUER SUPORTE 5912-0/99 ATIVIDADES DE PÓS-PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 5913-8/00 DISTRIBUIÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEO E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO 5914-6/00 ATIVIDADES DE EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA 5920-1/00 ATIVIDADES DE GRAVAÇÃO DE SOM E DE EDIÇÃO DE MÚSICA 8230-0/01 SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS 9001-9/02 PRODUÇÃO MUSICAL 9001-9/99 ARTES CÊNICAS, ESPETÁCULOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE 7420-0/01 ATIVIDADES DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIAS, EXCETO AÉREA E SUBMARINA 7420-0/04 FILMAGEM DE FESTAS E EVENTOS 5811-5/00 EDIÇÃO DE LIVROS 8592-9/99 ENSINO DE ARTE E CULTURA NÃO ESPECIFICADO ANTERIORMENTE 5912-0/01 SERVIÇOS DE DUBLAGEM				
Objeto Social ATIVIDADES DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; ESTÚDIO CINEMATOGRAFICO; PRODUÇÃO DE FILMES PARA PUBLICIDADE; REPRODUÇÃO DE VÍDEO EM QUALQUER SUPORTE; ATIVIDADES DE PÓS-PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; DISTRIBUIÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEO E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; ATIVIDADES DE EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA; ATIVIDADES DE GRAVAÇÃO DE SOM E DE EDIÇÃO DE MÚSICA; SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS; PRODUÇÃO MUSICAL; ARTES CÊNICAS, ESPETÁCULOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES; ATIVIDADES DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIAS, EXCETO AÉREAS E SUBMARINA; FILMAGEM DE FESTAS E EVENTOS; EDIÇÃO DE LIVROS; ENSINO DE ARTE E CULTURA; SERVIÇOS DE DUBLAGEM.				
Capital: R\$ 100 000.00 (CEM MIL REAIS) Capital Integralizado: R\$ 100 000.00 (CEM MIL REAIS)		Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) MICROEMPRESA	Prazo de Duração INDETERMINADO	
Sócio/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato				
Nome/CPF ou CNPJ RAFAEL DE SOUSA FROTA 727.007.771-15	Participação no capital (R\$) 50 000.00	Espécie de Sócio SOCIO	Administrador XXXXXXXXXX	Término do Mandato XXXXXXXXXX
RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES 017.846.611-55	50 000.00	SOCIO	ADMINISTRADOR	XXXXXXXXXX



SISTEMA NACIONAL DE REGISTRO MERCANTIL - SINREM
SECRETARIA ESPECIAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA - SEMPE
DEPARTAMENTO DE REGISTRO EMPRESARIAL E INTEGRAÇÃO - DREI
JUNTA COMERCIAL DO DISTRITO FEDERAL - JCDF

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 2/2

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial BLACK BIRD FILMES LTDA-ME.			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 53 2 0200336-5	CNPJ 22.493.404/0001-05	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 19/05/2015	Data de Início de Atividade 19/05/2015
Último Arquivamento Data: 03/09/2015 Número: 20150781814 Ato: 002 - ALTERACAO Evento (s): 021 - ALTERACAO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL) 051 - CONSOLIDACAO DE CONTRATO/ESTATUTO			Situação REGISTRO ATIVO Status
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela			
Observações:			

BRASÍLIA-DF, 31 de março de 2017

ERIKA P. DOS S. PAVELKONSKI
SECRETÁRIA-GERAL

De: Luciana Ramos [<mailto:luciana@contrateartistas.com.br>]

Enviada em: quarta-feira, 29 de março de 2017 16:40

Para: maria@debrito.com.br; contrateartistas+deal6982@pipedrivemail.com

Assunto: Reynaldo Gianecchini Tipo do Evento: Corporativo Data: 14/04/2017 Local: Brasil / Brasil

Prezado,

Recebemos sua solicitação de campanha:

Nome do Contato: Maria Fidlay

Telefone: (11) 3897-7444

Nome do Artista: Reynaldo Gianecchini

Tipo do Evento: Corporativo

Data: 14/04/2017

Local: Brasil / Brasil

Email: maria@debrito.com.br

Comentário: Preciso de um orçamento/cachê para uma campanha de um Cliente da Agencia no ramo de Saúde / Hospital. 6 meses

O Gianecchini já tem exclusividade no ramo. Hoje uma campanha com ele começa a partir de R\$500.000,00.

Podemos pensar em outros nomes?

E para que nos da Contrate Artistas, possamos te atender de forma adequada, e para atender os critérios dos empresários e artistas da nossa base, solicitamos algumas informações imprescindíveis:

(* Todas as informações solicitadas são necessárias, caso tenha dúvida no preenchimento, pergunte ao vendedor).

Informações relacionadas a empresa:

- Nome da empresa:
- Segmento da empresa:
- Site da empresa:
- Produto foco da Campanha:
- Local da empresa (cidade/estado):
- Objetivo da empresa com a contratação:
- Verba estimada para ação: (sem esta informação não damos andamento a consulta):
- Previsão de início da Ação:

Informações relacionadas à Atracção escolhida:

- Nome do Artista indicado ou Perfil desejado pela empresa:
- Perfil: Idade de atingimento para esta ação:

- Abrangência da Campanha: Praça de veiculação

1. ☐ Nacional
2. ☐ Regional – Especificar cidades e/ ou regiões

- Prazo :

1. ☐ 1 mês.
2. ☐ 3 meses.
3. ☐ 6 meses.
4. ☐ 12 meses.

Meios de comunicação:

1 - ☐ Internet – Quais ações específicas para esta canal?

☐ site da empresa ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ Youtube ☐ Snapchat
☐ Outros - Indicar qual ?

☐ Fotos - indicar a quantidade () - ☐ Captada pelo artista ☐ Captação profissional - Favor preencher qual a praça de captação.

☐ Vídeo - indicar a quantidade e tempo () - ☐ Captada pelo artista ☐ Captação profissional - Favor preencher qual a praça de captação

OBS: Importante informar se as postagens serão realizadas na página do artista ou na página do contratante?

2 - ☐ Outdoor – Indicar a quantidade e regiões que irão abranger. Indicar Praça de captação das imagens – cidade e estado.

3 - ☐ Impressos – Indicar qual tipo ☐ folders ☐ folhetos ☐ adesivos ☐ PDVS onde serão veiculados? Indicar Praça de captação das imagens – cidade e estado.

4 - ☐ Rádio – (Relacionar as emissoras de Rádio) – Indicar Praça de gravação do áudio – cidade e estado.

5 - ☐ TV – (Relacionar as emissoras de TV) – Indicar praça de gravação dos VTs - cidade e estado.

☐ TV Aberta ☐ TV Fechado

6 - ☐ Catálogo - Indicar quantidade de fotos e formatos. ☐ Físico ☐ Eletrônico.

7 - ☐ Desfile – Quantidade de looks? Se haverá outras marcas no evento ? Quais são?

8 - ☐ Presença Vip - Indicar a quantidade de Pvs, a cidade e estado.

Qualquer outra peça que não tenha sido citada anteriormente.

IMPORTANTE : Esta ação envolve a contratação da imagem de uma terceira pessoa, favor indicar qualquer informação adicional que a empresa julgue importante para o sucesso desta ação.

IMPORTANTE : qualquer informação faltante implica no atraso do orçamento e/ paralisação da cotação.

Após o envio das informações corretas, responderemos sua consulta em até 3 dias, dependendo da disponibilidade do artista.

Caso você tem interesse em outros artistas, informe neste email.

Concentre suas consultas em um só lugar, isso agiliza seu tempo e evita ruídos desnecessários.

Muito obrigada pelo seu contato e pela oportunidade.

Atenciosamente,



CONTRATE ARTISTAS

www.contrateartistas.com.br

Luciana Ramos

luciana@contrateartistas.com.br

(21) 3185-8766 / (21) 98064-0910 



SISTEMA NACIONAL DE REGISTRO MERCANTIL - SINREM
SECRETARIA ESPECIAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA - SEMPE
DEPARTAMENTO DE REGISTRO EMPRESARIAL E INTEGRAÇÃO - DREI
JUNTA COMERCIAL DO DISTRITO FEDERAL - JCDF

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 1/2

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial KLIMT - AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 53 2 0150458-1	CNPJ 10.365.754/0001-07	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 23/09/2008	Data de Início de Atividade 22/09/2008
Endereço Completo (Logradouro, N° e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) SHCGN CR QD 502 BL B N° 68 SALA 202, PARTE "H-2", ASA NORTE, BRASÍLIA, DF, 70.720-502			
Atividade(s) Econômica(s) 7311-4/00 AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE 7020-4/00 ATIVIDADES DE CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL, EXCETO CONSULTORIA TÉCNICA ESPECÍFICA 6391-7/00 AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS 5911-1/02 PRODUÇÃO DE FILMES PARA PUBLICIDADE 7319-0/99 OUTRAS ATIVIDADES DE PUBLICIDADE NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 6201-5/01 Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda 6311-9/00 TRATAMENTO DE DADOS, PROVEDORES DE SERVIÇOS DE APLICAÇÃO E SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NA INTERNET 5819-1/00 EDIÇÃO DE CADASTROS, LISTAS E OUTROS PRODUTOS GRÁFICOS 7312-2/00 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE, EXCETO EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO 8230-0/01 SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS 1811-3/02 IMPRESSÃO DE LIVROS, REVISTAS E OUTRAS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS 1813-0/01 IMPRESSÃO DE MATERIAL PARA USO PUBLICITÁRIO			
Objeto Social AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ATIVIDADE DE CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL, AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS, PRODUÇÃO DE FILMES PARA PUBLICIDADE, OUTRAS ATIVIDADES DE PUBLICIDADE, DESENVOLVIMENTO DE PROGRAMAS DE COMPUTADOR SOB ENCOMENDA, TRATAMENTO DE DADOS, PROVEDORES DE SERVIÇOS DE APLICAÇÃO E SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NA INTERNET, EDIÇÃO DE CADASTROS, LISTAS E OUTROS PRODUTOS GRÁFICOS, AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE, EXCETO EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO, SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS, IMPRESSÃO DE LIVROS, REVISTAS E OUTRAS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS, IMPRESSÃO DE MATERIAL PARA USO PUBLICITÁRIO			
Capital: R\$ 100 000.00 (CEM MIL REAIS) Capital Integralizado: R\$ 100 000.00 (CEM MIL REAIS)		Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) NÃO	Prazo de Duração INDETERMINADO
Sócio/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			
Nome/CPF ou CNPJ RAFAEL DE SOUSA FROTA 727.007.771-15	Participação no capital (R\$) 50 000.00	Espécie de Sócio SOCIO	Administrador ADMINISTRADOR
RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES 017.846.611-55	50 000.00	SOCIO	XXXXXXXXXX XXXXXXXXXX
Último Arquivamento Data: 12/09/2016 Número: 20160742412 Ato: 002 - ALTERACAO Evento (s): 021 - ALTERACAO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL) 051 - CONSOLIDACAO DE CONTRATO/ESTATUTO			Situação REGISTRO ATIVO Status



SISTEMA NACIONAL DE REGISTRO MERCANTIL - SINREM
SECRETARIA ESPECIAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA - SEMPE
DEPARTAMENTO DE REGISTRO EMPRESARIAL E INTEGRAÇÃO - DREI
JUNTA COMERCIAL DO DISTRITO FEDERAL - JCDF

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 2/2

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial			
KLIMT - AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede)	CNPJ	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo	Data de Início de Atividade
53 2 0150458-1	10.365.754/0001-07	23/09/2008	22/09/2008
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela			
Observações:			

BRASÍLIA-DF, 31 de março de 2017

ERIKA P. DOS S. PAVELKONSKI
SECRETÁRIA-GERAL

R2 R2 Agenciamento de espaços para publicidade LTDA Q SHC/NORTE CL QUADRA 309 BLOCO D, 21J - - Asa Norte, Brasília, DF - CEP: 70755540 - Fone/Fax: 30344883	DANFE Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica 0 - Entrada 1 1 - Saída N° 000.000.406 SÉRIE: 1 Página 1 de 1		CONTROLE DE FISCOS  CHAVE DE ACESSO 5316 0515 1146 2300 0162 5500 1000 0004 0610 0026 9091 Consulta de autenticidade no portal nacional da NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora
	SAQUE/RECEITA DA OPERAÇÃO Serviço DISCREÇÃO ESTADUAL 0759967100105		PROTOCOLO DE AUTORIZAÇÃO DE USO 353160015870042 - 12/05/2016 14:16
DISCREÇÃO ESTADUAL DO CONTRIBUÍVEL 15.114.623/0001-62			

DESTINATÁRIO/REMETENTE RAZÃO SOCIAL CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM		CNPJ 47.217.146/0001-57	DATA DE EMISSÃO 12/05/2016
ENDEREÇO ST SCLN 304 - Bloco E Lote 09, 09 - Brasília		BAIRRO/DISTRITO Asa Norte	CEP 70736-550
UF DF		DISCREÇÃO ESTADUAL	HORA DE ENTRADA/SAÍDA 14:00

FATURA PAGAMENTO À VISTA

CÁLCULO DO IMPOSTO BASE DE CÁLCULO DO ICMS 0,00	VALOR DO ICMS 0,00	BASE DE CÁLCULO DO ICMS ST 0,00	VALOR DO ICMS ST 0,00	VALOR TOTAL DOS PRODUTOS 0,00
VALOR DO ICMS 0,00	VALOR DO ICMS ST 0,00	DESPESAS 0,00	OUTRAS DESPESAS ACESORIAS 0,00	VALOR TOTAL DA NOTA 38.000,00

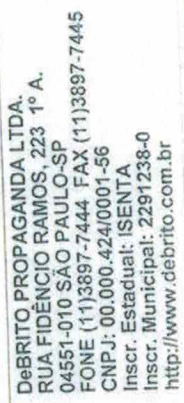
TRANSPORTADOR/VOLUMES TRANSPORTADOS RAZÃO SOCIAL 9 - Sem Frete		FRETE POR CONTA 9 - Sem Frete	COORDENANTE 	PLACA DO VEÍCULO 	UF 	CUFISIT
ENDEREÇO 		MUNICÍPIO 	UF 	DISCREÇÃO ESTADUAL 		
QUANTIDADE 	ESPORTE 	MARCA 	RUMPAÇÃO 	PISO BRUTO 	PISO LÍQUIDO 	

DADOS DO PRODUTO/SERVIÇO													
CODIGO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO	NCM/SH	CT	CTOP	UNID	QTD	VAL UNIT	VAL TOTAL	REBUS	VAL ICMS	VAL IPT	ALIQ ICMS	ALIQ IPT
00000000000000000000	Imprensa Periódica 1 a 31 de maio de 2016 em Taguatinga Centro - PL nº 013318 Anúncios de 1x30s Propaganda - Comissão de Agência 20% sobre valor bruto R\$ 3.398,00	00		5933	und	1.000	38.000,00	38.000,00					

CONFERIDO
 14/05/16
 PL 03318

Raulo Bhow
 15.114.623/0001-62
 RAZÃO SOCIAL
 QSH - 12/05/2016 14:16
 BLUF 00000000000000000000
 [CEP: 70.755-540
 Brasília-DF]

CÁLCULO DO ISSQN DISCREÇÃO MUNICIPAL 00000000000000000000		VALOR TOTAL DOS SERVIÇOS 38.000,00	BASE DE CÁLCULO DO ISSQN 38.000,00	VALOR DO ISSQN 1.459,20
DADOS ADICIONAIS INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES Estado: Brasília - 247 Agência: 2942 C/C: 6660-5				
RESERVAÇÃO AUTENTICAÇÃO				



PI
023318

PERÍODO	Maio/2016
DATA EMISSÃO	31/03/2017
PIT Nº	OH-018/16A
PLANO Nº	OH-003/16
PLANILHA	00024205

R2 COMUNICAÇÃO
SÃO PAULO/SP
R2 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE LTDA
CLN 309 BLOCO D SALAS 213/214 - BRASIL/DF/ 70755-540
15 114-623/0001-62
E-MAIL
CONTATO
REPRES.

CLIENTE	COFEN	
RAZAO SOCIAL	CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM - COFEN	
CNPJ	47.217.146/0001-57	I.M.
ENDERECO	ST. SCIN 304 - Bloco F Lote 09 - Asa Norte	
CEP/MUNIC/UF	70736-550 / Brasilia / DF	AUT. CLIENTE
PRIMA PAGTO	SÃO PAULO	- CEP 04551-010

Semana da Enfermagem EAD

FORMATO

DECA

MATERIAL

FORMATO

PEÇA
F - OUTDOOR

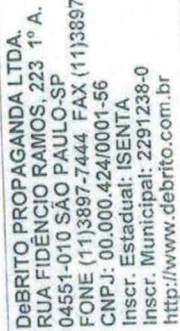
COLOCAÇÃO																															CUSTO				
MAIO/2016																															(TOTAL R\$)				
P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	DESCONTO	CUSTO UNITÁRIO	47 500,00
E	D	S	T	Q	S	D	S	D	S	T	Q	S	D	S	D	S	T	Q	S	D	S	S	D	S	T	Q	S	D	S	S	INS				
C																																			
A																																			
F 2																															23 750,00				
EMPENA																																			
REFERENTE A EXIBIÇÃO DE EMPENA.																																			
PERÍODO: 02 A 31 DE MAIO.																																			
QUANTIDADE DE PLACAS: 2																																			
PRAÇA: BRASILIA																																			

TOTAL BRUTO R\$	47.500,00
COMISSÃO R\$	9.500,00
LÍQUIDO R\$	38.000,00

MIDIA

CLIENTE

<< VEJA PÁGINA SEGUINTE - OBSERVAÇÕES IMPORTANTES >>



DeBRITO PROPAGANDA LTDA.
RUA FIDÊNCIO RAMOS, 223 1º A.
04551-010 SÃO PAULO-SP
FONE (11)3897-7444 FAX (11)3897-7445
CNPJ: 00.000.424/0001-56
Inscr. Estadual: ISENTA
Inscr. Municipal: 2291238-0
<http://www.debrito.com.br>

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI 33318

CLIENTE	COFEN	VEICULO	R2 COMUNICAÇÃO	E-MAIL	PERÍODO	Maio/2016
RAZÃO SOCIAL	CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM - COFEN	PRACA	SÃO PAULO/SP	RAZÃO SOCIAL	DATA EMISSÃO	31/03/2017
CNPJ	47.217.146/0001-57	RAZÃO SOCIAL	R2 AGENCIAMENTO DE ESPACOS PARA PUBLICIDADE LTDA	PIT Nº	OH-018/16A	
ENDEREÇO	ST SCIN 304 - Bloco E Lote 06 - Asa Norte	ENDEREÇO	CLIN 309 BLOCO D SALAS 213214 - BRASILIA/DF/ 70755-540	PLANO Nº	OH-003/16	
CEP/MUNICÍPIO/UF	70736-550 / Brasília / DF	CNPJ	15.114.623/0001-62	CONTATO	00024205	
SAO PAULO	- CEP 04551-010	FONE/FAX	/	REPRES.		

OBSERVAÇÕES

OBSERVAÇÕES

Favor enviar nota com até 15 dias antes do vencimento. Enviar notas em nome do cliente e no corpo da nota escrever aos cuidados da DeBrit

Propaganda.

Propaganda.

Faturar pelo líquido e descrevendo a comissão.

Faturar pelo líquido e descrevendo a comissão.
Somente serão aceitas notas com os devidos comprovantes de veiculação.
Somente serão aceitas notas com o comprovante de declaração original de optante carimbada e

AS EMPRESAS

ASSINADA.

ASSINADA. favor enviar dados Bancarios para crédito em conta corrente. CARTIENDA CENTED S.A. 1701 - CEP: 70711-902

Cobrança ef

Endereço de en

- BRASÍLIA-DF

1) Veículos Optantes pelo Simples Nacional, deve-se anexar a carta de optação.

1) Veículos Optantes pelo Simples Nacional, deve-se anexar:

2) Veículos não optantes pelo simples Nacional, que deverão ser retidos e recolhidos pelo cliente.

... implica a aceitar a seguinte condição:

Receber esse Pedido de Inserção implica a aceitar a seguinte condição:
O pagamento ao veículo será efetuado somente após quitação do débito do anunciante, comprometendo-se ao veículo a não dirigir cobrança administrativa ou judicial contra a agência, caso não haja o pagamento por parte do cliente.



R2 Agenciamento de espaços para publicidade LTDA

Q SHC/NORTE CL QUADRA 309 BLOCO D, 213 - Asa Norte,
Brasília, DF - CEP: 70755540 - Fone/Fax: 30.344883

DANFE

Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica

0 - Entrada

1 - Saída

1

Nº 000.000.463

SÉRIE: 1

Página 1 de 1

CONTROLE DO FISCO



CHAVE DE ACESSO

5316 1015 1146 1300 0162 5500 1000 0004 6310 0026 9092

Consulta de autenticidade no portal nacional de NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora

PROTOCOLO DE AUTORIZAÇÃO DE USO

353160014487713 - 11/10/2016 14:53

Serviço

0759967100105

INSCRIÇÃO ESTADUAL DO SUPR. TRIB.

CNPJ

15.114.623/0001-62

DESTINATÁRIO/REMETENTE

NÚMERAÇÃO SOCIAL

CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM

ENDEREÇO

ST SCLN 304 - Bloco E Lote 09, s/n -

Bairro/Distrito

Asa Norte

Município

Brasília

UF

DF

CNPJ

47.217.146/0001-57

DATA DE EMISSÃO

11/10/2016

DATA DE ENTRADA/SAÍDA

11/10/2016

HORA DE ENTRADA/SAÍDA

14:00

FATURA

PAGAMENTO À VISTA

CÁLCULO DO IMPOSTO

BASE DE CÁLCULO DO ICMS	0,00	VALOR DO ICMS	0,00	BASE DE CÁLCULO DO IPI	0,00	VALOR DO IPI	0,00	VALOR TOTAL DOS IMPOSTOS	0,00
VALOR DO ICMS	0,00	VALOR DO IPI	0,00	DESCONTO	0,00	OUTRAS DESPESAS ACESSÓRIAS	0,00	VALOR DO IPI	0,00
								VALOR TOTAL DAS NOTAS	22.320,00

TRANSPORTADOR/VOLUMES TRANSPORTADOS

RAZÃO SOCIAL	9 - Sem Frete	CORRENT	PLACA DO VEÍCULO	UF	CNPJ
ENDEREÇO	MUNICÍPIO	UF	INSCRIÇÃO ESTADUAL		
INSCRIÇÃO	CNPJ	MARCA	SERIE	PROTECTOR	PROTECTOR

DADOS DO PRODUTO/SERVIÇO

CODIGO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO	QUANT	UNID	QTD	VAL. UNIT	VAL. TOTAL	ICMS	VAL. ICMS	VAL. IPI	VAL. IPI	VAL. IPI	VAL. IPI
0000	Atendimento telefônico ref. P9 238 14 - Várzea Grande Shopping - 3 salas - 100m² - 1270 e 1310	60	und	6000	8.720,00	22.320,00						

Rensio Barro
15.114.623/0001-62
R2 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS
PARA PUBLICIDADE LTDA-ME
CL QUADRA 309

CONFÉLITO
12/16



DeBRITO PROPAGANDA LTDA.
RUA FIDENCIO RAMOS, 223 1º A.
04551-010 SÃO PAULO-SP
FONE (11)3897-7444 FAX (11)3897-7445
CNPJ: 00.000.424/0001-56
Inscr. Estadual: ISENTA
Inscr. Municipal: 2291238-0
<http://www.debrito.com.br>

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

023814

PERÍODO Outubro/2016
DATA EMISSÃO 31/03/2017
PIT Nº OH-024/16D
PLANO Nº OH-006/16
PLANILHA 00024746

R2 COMUNICAÇÃO

VEICULO CUIABÁ/DF E-MAIL
PRACA R2 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE LTDA
RAZÃO SOCIAL CLN 309 BLOCO D SALAS 213/214 - BRASILIA/DF 70755-540
ENDEREÇO 15 114 623/0001-62 CONTATO
CNPJ REPRES.

OBSERVAÇÕES

Favor enviar nota com até 15 dias antes do vencimento. Enviar notas em nome do cliente e no corpo da nota escrever aos cuidados da DeBrit

Propaganda.

Faturar pelo líquido e descrevendo à comissão.

Somente serão aceitas notas com os devidos comprovantes de veiculação.

AS EMPRESAS OPTANTES PELO SIMPLES DEVEM ENCAMINHAR DECLARAÇÃO ORIGINAL DE OPTANTE CARIMBADA E

ASSINADA.

Cobrança efetuada em CARTEIRA, favor enviar dados Bancários para crédito em conta corrente.

Endereço de entrega de NF: DEPARTAMENTO DE MÍDIA - SCN QUADRA 01 ED. BRASILIA TRADE CENTER SALA 1701 - CEP: 70711-902

- BRASILIA-DF

1) Veículos Optantes pelo Simples Nacional, deve-se anexar a carta de optante do simples.

2) Veículos não optantes pelo simples Nacional, discriminar no corpo da Nota fiscal os impostos federais (IR, CSLL, PIS/PASEP e COFINS)

que deverão ser retidos e recolhidos pelo cliente.

Receber esse Pedido de Inserção implica a aceitar a seguinte condição:

O pagamento ao veículo será efetuado somente após quitação do débito do anunciante, comprometendo-se ao veículo a não dirigir cobrança

administrativa ou judicial contra a agência, caso não haja o pagamento por parte do cliente.



SISTEMA NACIONAL DE REGISTRO MERCANTIL - SINREM
SECRETARIA ESPECIAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA - SEMPE
DEPARTAMENTO DE REGISTRO EMPRESARIAL E INTEGRAÇÃO - DREI
JUNTA COMERCIAL DO DISTRITO FEDERAL - JCDF

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 1/1

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial R2 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE LTDA ME				
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA				
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 53 2 0178597-1	CNPJ 15.114.623/0001-62	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 22/02/2012	Data de Início de Atividade 30/01/2012	
Endereço Completo (Logradouro, N° e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) QUADRA CLN 309 BLOCO D SL 213 ASA NORTE, BRASÍLIA, DF, 70.755-540				
Atividade(s) Econômica(s) 7312-2/00 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE, EXCETO EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO 5911-1/02 PRODUÇÃO DE FILMES PARA PUBLICIDADE 6319-4/00 PORTAIS, PROVEDORES DE CONTEÚDO E OUTROS SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO NA INTERNET 7319-0/99 OUTRAS ATIVIDADES DE PUBLICIDADE NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 7911-2/00 AGÊNCIAS DE VIAGENS				
Objeto Social SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE, DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA PARA PUBLICIDADE COM PRODUÇÃO DE FILMES PUBLICITÁRIOS. SERVIÇOS DE PROVEDORES E CONTEÚDO E OUTROS SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO NA INTERNET. AGENCIA DE VIAGEM DE TURISMO.				
Capital: R\$ 20 000.00 (VINTE MIL REAIS) Capital Integralizado: R\$ 20 000.00 (VINTE MIL REAIS)		Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) MICROEMPRESA	Prazo de Duração INDETERMINADO	
Sócio/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato				
Nome/CPF ou CNPJ RAFAEL DE SOUSA FROTA 727.007.771-15 RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES 017.846.611-55		Participação no capital (R\$) 10 000.00 10 000.00	Espécie de Sócio SOCIO SOCIO	Administrador XXXXXXXXXXXX ADMINISTRADOR XXXXXXXXXXXX
Último Arquivamento Data: 05/07/2016 Ato: 223 - BALANÇO Evento (s): 223 - BALANÇO			Situação REGISTRO ATIVO Status	
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela				
Observações:				

BRASÍLIA-DF, 31 de março de 2017

ERIKA P. DOS S. PAVELKONSKI
SECRETÁRIA-GERAL



TABELA DE PREÇOS 2016

CARTAZ EM PAPEL			
FORMATO	NOBRE	ESPECIAL	DIVERSOS
OUTDOOR SIMPLES	R\$ 4.270,00	R\$ 3.680,00	R\$ 3.090,00
DUPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 10.034,50	R\$ 8.648,00	R\$ 7.261,50
DUPLO COM JUNÇÃO	R\$ 12.916,75	R\$ 11.132,00	R\$ 9.347,25
TRIPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 15.799,00	R\$ 13.616,00	R\$ 11.433,00
TRIPLO COM JUNÇÃO	R\$ 21.563,50	R\$ 18.584,00	R\$ 15.604,50

Valores unitários por bissemana

CARTAZ ESPECIAL - ADESIVO OU LONA			
FORMATO	NOBRE	ESPECIAL	DIVERSOS
OUTDOOR SIMPLES	R\$ 5.551,00	R\$ 4.784,00	R\$ 4.017,00
DUPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 13.044,85	R\$ 11.242,40	R\$ 9.439,95
DUPLO COM JUNÇÃO	R\$ 16.791,78	R\$ 14.471,60	R\$ 12.151,42
TRIPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 20.032,55	R\$ 17.700,80	R\$ 14.862,90
TRIPLO COM JUNÇÃO	R\$ 28.032,55	R\$ 24.159,20	R\$ 20.285,85

Valores unitários por bissemana

APLIQUE	
FORMATO	ACRÉSCIMO
Até 3m ²	30%
De 3m ² a 7m ²	50%
De 7m ² a 9m ²	80%
Acima de 9m ²	Acréscimo mediante layout

Valores unitários por bissemana

OBS.:

- 1) Troca de cartazes dentro da bi-semana = acréscimo de 10%
- 2) Placas duplas e triplas = acréscimo de 35%
- 3) Placas com junção = acréscimo de 50%
- 4) Placas iluminada terão acréscimo de 50% a 100%
- 5) A empresa não se responsabiliza por roubo de lona



R. Pedro Gama, 31, Sala 02 – Federação – Salvador / Ba CEP 40.231 – 000 / Tel.: 71 3646 – 6550
comercial@chavesoutdoor.com.br / facebook.com/chavesoutdoor



TABELA DE PREÇOS 2016

1. SALVADOR – BA

OUTDOOR NORMAL (PAPEL)

Formato	Nobre	Especial	Diversos
OUTDOOR SIMPLES	R\$ 4.350,00	R\$ 3.710,00	R\$ 3.150,00
DUPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 10.000,00	R\$ 8.450,00	R\$ 6.650,00
DUPLO COM JUNÇÃO	R\$ 12.200,00	R\$ 10.300,00	R\$ 7.960,00
TRIPLO SEM JUNÇÃO	R\$15.800,00	R\$ 13.400,00	R\$ 10.300,00
TRIPLO COM JUNÇÃO	R\$ 20.000,00	R\$ 16.900,00	R\$ 13.100,00

OUTDOOR ESPECIAL (LONA/ADESIVO)

Formato	Nobre	Especial	Diversos
OUTDOOR SIMPLES	R\$ 5.600,00	R\$ 4.700,00	R\$ 3.700,00
DUPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 13.200,00	R\$ 11.000,00	R\$ 8.800,00
DUPLO COM JUNÇÃO	R\$ 16.000,00	R\$ 13.340,00	R\$ 10.950,00
TRIPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 20.700,00	R\$ 17.400,00	R\$ 13.800,00
TRIPLO COM JUNÇÃO	R\$ 26.300,00	R\$ 22.000,00	R\$ 17.500,00

OUTDOOR COM APLIQUE

Acréscimo mínimo de 30%;

De 3m² a 7m²- acréscimo de 50%;

De 7m² acima - acréscimo de 80%;

Acima de 9m² - custo mediante layout.

TROCA DE CARTAZES DENTRO DA BI-SEMANA

Acréscimo de 10%.

2. INTERIOR DO ESTADO DA BAHIA

(Ex. BR 324, Simões Filho, Candeias, São Sebastião, Lauro de Freitas, etc.).

OUTDOOR NORMAL (PAPEL) ----- R\$ **1.500,00** por outdoor Bi-Semana

OUTDOOR ESPECIAL(LONA/ADESIVO) ----- R\$ **1.800,00** por outdoor Bi-Semana

Obs 1: Custo de exibição por Outdoor /Bi-semana (14 dias).

Obs 2: A empresa não se responsabiliza por roubo de lona.

OUTDOOR NORMAL (PAPEL)

Formato	Nobre	Especial	Diversos
OUTDOOR SIMPLES	R\$ 4.250,00	R\$ 3.610,00	R\$ 3.070,00
DUPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 10.060,00	R\$ 8.550,00	R\$ 6.897,00
DUPLO COM JUNÇÃO	R\$ 12.138,00	R\$ 10.345,00	R\$ 8.414,00
TRIPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 17.930,00	R\$ 15.170,00	R\$ 12.300,00
TRIPLO COM JUNÇÃO	R\$ 22.484,00	R\$ 19.587,00	R\$ 15.415,00

OUTDOOR ESPECIAL (LONA/ADESIVO)

Formato	Nobre	Especial	Diversos
OUTDOOR SIMPLES	R\$ 5.590,00	R\$ 4.525,00	R\$ 3.726,00
DUPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 12.511,00	R\$ 10.648,00	R\$ 8.784,60
DUPLO COM JUNÇÃO	R\$ 15.306,00	R\$ 13.043,00	R\$ 10.648,00
TRIPLO SEM JUNÇÃO	R\$ 22.825,00	R\$ 17.350,00	R\$ 15.100,00
TRIPLO COM JUNÇÃO	R\$ 26.975,00	R\$ 23.377,00	R\$ 18.150,00

OUTDOOR COM APLIQUE

Acréscimo mínimo de 30%;

De 3m² a 7m² - acréscimo de 50%;

De 7m² acima - acréscimo de 80%;

Acima de 9m² - custo mediante layout.

TROCA DE CARTAZES DENTRO DA BI-SEMANA

Acréscimo de 10%.

1. INTERIOR DO ESTADO DA BAHIA

(Ex. BR 324, Simões Filho, Lauro de Freitas, etc.).

OUTDOOR NORMAL (PAPEL) ----- R\$ 1.650,00 por outdoor Bi-Semana
OUTDOOR ESPECIAL (LONA/ADESIVO) ----- R\$ 2145,00,00 por outdoor Bi-Semana

Obs 1: Custo de exibição por Outdoor / Bi-semana (14 dias).**Obs 2: A empresa não se responsabiliza por roubo de lona.**

TABELA DE PREÇOS DE OUTDOOR 2016



CARTAZ EM PAPEL

FORMATO	NOBRE	ESPECIAL	DIVERSOS
Simples	R\$ 4.280,00	R\$ 3.630,00	R\$ 3.080,00
Duplo sem Junção	R\$ 10.250,00	R\$ 8.750,00	R\$ 7.150,00
Duplo com Junção	R\$ 12.500,00	R\$ 10.600,00	R\$ 8.700,00
Triplo sem Junção	R\$ 16.180,00	R\$ 13.780,00	R\$ 11.280,00
Triplo com Junção	R\$ 19.400,00	R\$ 15.600,00	R\$ 12.900,00

Custo por Bi-semana (14 dias)



CARTAZ EM LONA OU ADESIVO

FORMATO	NOBRE	ESPECIAL	DIVERSOS
Simples	R\$ 5.480,00	R\$ 4.680,00	R\$ 3.860,00
Duplo sem Junção	R\$ 13.150,00	R\$ 11.100,00	R\$ 9.350,00
Duplo com Junção	R\$ 16.100,00	R\$ 13.600,00	R\$ 11.200,00
Triplo sem Junção	R\$ 20.790,00	R\$ 17.800,00	R\$ 14.780,00
Triplo com Junção	R\$ 26.500,00	R\$ 21.800,00	R\$ 18.100,00

Custo por Bi-semana (14 dias)



Preço sob consulta após avaliação do layout



Troca de cartazes na bi-semana - Acréscimo de 10%
Placas Iluminadas - Acréscimo de 50% a 100%

OBS.: Não nos responsabilizamos por roubo de lona.



71 98132.8150 / 3012.9800
www.pontooutdoor.com.br

Av. Tancredo Neves, 1543, Emp. Garcia d'Ávila, sl 303
Caminho das Árvores - CEP 41820-021 - Salvador/BA

BH MÍDIA OOH

OUTDOOR

Tabela de valor bi-semana

Papel Bi-Semana	R\$ 4.200,00	Lonado Bi-Semana	R\$ 5.124,00
-----------------	--------------	------------------	--------------

TABELA DE PREÇOS - VEICULAÇÃO

Praças	Outdoor	Outdoor Lonado	TopBus	TopBackBus	Painel Rodoviário	Painel Rodoviário	TopLight	TopFace	Empena	TopLed
	Medidas: 9,00mx3,00m	Medidas: 9,17mx3,45m	Medidas do vidro 2,10mx1,04m	Medidas Traseira 3,00mx2,20m	Medidas: 9,00mx3,00m	Medidas: 9,00mx6,00m	Medidas: 9,00mx4,00m	Medidas: 10,00mx4,00m		
Recife-PE	3.146,00	6.631,00	2.981,00	6.094,00	6.504,00	7.860,00	18.973,00	12.874,00	Sob Consulta	26.426,00
Caruaru-PE	1.815,00	3.630,00			3.630,00	5.445,00	8.047,00	7.241,00	Sob Consulta	
Maceió-AL	1.936,00	3.872,00			3.872,00	5.881,00	9.196,00	8.276,00	Sob Consulta	
J. Pessoa-PB	1.936,00	3.872,00			3.872,00	5.893,00	9.196,00	8.276,00	Sob Consulta	
C. Grande-PB	1.936,00	3.630,00			3.630,00	5.445,00	8.047,00	7.241,00	Sob Consulta	
Natal-RN	2.057,00	4.114,00			4.066,00	6.098,00	8.621,00	7.758,00	Sob Consulta	
Petrolina-PE	1.815,00	3.630,00			3.872,00	5.881,00	8.047,00	7.241,00	Sob Consulta	
Fortaleza-CE	2.662,00	4.235,00			4.114,00	6.316,00	11.495,00	9.405,00	Sob Consulta	
Belém-PA	1.815,00	3.630,00	2.101,00		3.872,00	5.881,00	8.047,00	10.346,00	Sob Consulta	
Salvador-BA	4.634,00	6.776,00	2.189,00	7.315,00	6.534,00	10.977,00	17.545,00	17.685,00	Sob Consulta	
Aracaju-SE	1.936,00	3.872,00	2.101,00		3.872,00	5.881,00	9.196,00	8.276,00	Sob Consulta	
São Luiz-MA	1.936,00	3.872,00			3.872,00	5.881,00	9.196,00	8.726,00	Sob Consulta	
Terezina-PI	1.936,00	3.872,00	2.101,00		3.872,00	5.881,00	9.196,00	8.276,00	Sob Consulta	
Manaus-AM	1.936,00	3.872,00	2.189,00		3.872,00	5.881,00	9.196,00	8.276,00	Sob Consulta	
Período veiculação	Bi-Semana	Bi-Semana	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês	Face/Mês	Mês	Mês

Produção, apliques e projetos especiais serão orçados separadamente. Outdoor e Lonado iluminado: Acrescer 30% sobre os valores acima.

Tabela de Preços 2016 – Rio de Janeiro

(tabela de preços de outras praças e custos negociados sob consulta)

Outdoor

(custo por Bi Semana: 14 dias)

<u>Rio Capital</u>	<u>Papel</u>	<u>/</u>	<u>Lona</u>
Acessos ao Centro / Grande Tijuca e Jacarepaguá	R\$ 2.755,00	/	3.860,00
Zona Norte / Niterói	R\$ 2.193,00	/	3.070,00
Baixada Fluminense / Zona Oeste / São Gonçalo	R\$ 1.743,00	/	2.440,00
Região dos Lagos	R\$ 1.968,00	/	2.755,00
Costa Verde / Sul Fluminense	R\$ 2.238,00	/	3.127,00
Noroeste Fluminense	R\$ 2.564,00	/	3.590,00

