

À Prefeitura Municipal de Pires Ferreira/CE.

Prezado(a) Pregoeiro(a),

Apresento nossa proposta de preços referente ao Concorrência Eletrônica Nº PMPF.01.200825.01.CE/GAB, que versa sobre a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas com o objetivo de estudar, planejar, conceber, criar, executar, intermediar e distribuir publicidade com foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais aos públicos de interesse da administração pública do Município de Pires Ferreira/CE, conforme se segue.

Informo inteira submissão às cláusulas e condições existentes no Edital de Licitação Eletrônica e Termo de Referência, como também aos ditames das Leis e Decretos que regem este procedimento administrativo.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE	QTD	PREÇO UNITÁRIO (R\$)	PREÇO GLOBAL (R\$)
01	Prestação de serviços publicitários, conforme edital e Termo de Referência.	Mensal	12	R\$ 31.700,00 (Trinta e um mil e setecentos reais)	R\$ 380.400,00 (Trezentos e oitenta mil e quatrocentos reais)

Valor global da Proposta: R\$ 380.400,00 (Trezentos e oitenta mil e quatrocentos reais)

Validade da Proposta: 90 dias

Razão Social: A. M. Reboucas Filho (Villa Comunicação e Marketing)

CNPJ: 23.163.050/0001-95

Endereço Comercial: Av. Ministro José Américo, 326, Sala 915 - Cambéba

Telefone/E-mail: 85 986704373

Banco, Agência e nº da Conta: Banco Itaú - Ag.: 8681 – C.C.: 99328-6

Nome do Representante: Aureliano Maia Rebouças Filho

CPF/RG: 896/952.593-91/95024032936

Declaro que os preços contidos nesta proposta incluem todos os custos e despesas, tais como e sem se limitar a: custos diretos e indiretos, tributos incidentes, taxas de administração, materiais, serviços, encargos sociais, seguros, bem como todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, fretes e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente na execução do objeto desta.

Há pleno acordo com todas as condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

A M REBOUCAS FILHO:23163050000195

Assinado de forma digital por A M REBOUCAS FILHO:23163050000195
Dados: 2025.11.25 14:37:24 -03'00'

Aureliano Maia Rebouças Filho • CEO

A M REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)

CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95

Ed. Quartier Empresarial

Avenida Ministro José Américo, 326 • Sala 915 • Cambéba

85 99695.4440 • tonavilla.com.br



À
PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRES FERREIRA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



PROCESSO Nº PMPF.01.200825.01.CE/GAB
MODALIDADE: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MARKETING E PUBLICIDADE PARA A
PREFEITURA DE PIRES FERREIRA-CE.

PLANILHA DE CUSTOS SUJEITO A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para o
serviço descritos:

- a. Honorários, a serem cobrados da Prefeitura de Pires Ferreira, CE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes a execução do contrato: 10% (dez por cento);
- b. Honorários, a serem cobrados da Prefeitura de Pires Ferreira, CE, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores com a intermediação e supervisão da agência referentes a produção e a execução técnica de peça e o material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei número 4680/1965: 15% (dez por cento);
- c. Honorários, a serem cobrados da Prefeitura de Pires Ferreira, CE, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores com a intermediação e supervisão da agência referentes a adoção ou intermediação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens em consonância com as novas tecnologias: 15% (dez por cento);

VALIDADE: 90 DIAS

Fortaleza, Ceará, 25 de novembro de 2025

A M REBOUCAS

Assinado de forma digital por A M REBOUCAS

FILHO:23163050000195

FILHO:23163050000195

Dados: 2025.11.25 14:37:56 -03'00'

Aureliano Maia Rebouças Filho • CEO

A. M. REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)

CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95





PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA

Concorrência Eletrônica nº PMPF.01.200825.01.CE/GAB

Objeto: Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários ao Município de Pires Ferreira/CE

Campanha Institucional: “Pires Ferreira é de Todos Nós”

Villa Comunicação e Marketing

CNPJ: 23.163.050/0001-95

Endereço: Av. Ministro José Américo, 326 - Sala 915 – Cambéba

Telefone: 85 99695.4440

E-mail institucional: lelo@tonavilla.com.br



À Comissão de Licitação

Prefeitura Municipal de Pires Ferreira – CE

A Villa Comunicação e Marketing, inscrita no CNPJ nº 23.163.050/0001-95, apresenta sua Proposta Técnica – Via Identificada, em conformidade com o edital da Concorrência Eletrônica nº PMPF.01.200825.01.CE/GAB.

Declaramos que esta versão é idêntica, em conteúdo, à Via Não Identificada destinada ao julgamento da Subcomissão Técnica.

Atenciosamente,

A M REBOUCAS
FILHO:23163050000195

Assinado de forma digital por A M REBOUCAS
FILHO:23163050000195
Dados: 2025.11.24 13:50:48 -03'00'

Aureliano Maia Rebouças Filho

Responsável Legal da Villa Comunicação e Marketing





1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

1.1 Raciocínio Básico

Pires Ferreira vive um momento de consolidação de políticas públicas voltadas à valorização da infraestrutura urbana e comunitária. A administração municipal tem promovido uma ampla modernização dos espaços públicos — escolas, praças, unidades de saúde e equipamentos esportivos — como reflexo de um modelo de gestão que busca qualidade de vida e bem-estar coletivo.

Entretanto, observa-se o desafio de transformar o orgulho pelos equipamentos públicos em atitude cidadã de cuidado e pertencimento. A campanha institucional “Pires Ferreira é de Todos Nós” nasce dessa necessidade de estimular a consciência coletiva sobre o valor do que é público, posicionando o cidadão como coautor do desenvolvimento local.

O contexto comunicacional exige uma linguagem próxima, emocional e positiva, que traduza a gestão pública em histórias humanas, convidando cada morador a participar da preservação e valorização dos bens coletivos.

Assim, o raciocínio central é: comunicar não apenas o investimento físico da Prefeitura, mas o sentimento compartilhado de pertencimento e corresponsabilidade.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

A estratégia parte de três eixos complementares:

Eixo 1 – Pertencimento e Orgulho Local

- Fortalecer o vínculo afetivo entre cidadão e cidade, destacando o papel de cada pessoa na construção de um Pires Ferreira “cada vez melhor”.
- Valorizar o nome e o rosto das pessoas reais — estudantes, servidores, comerciantes — como símbolo de coletividade.

Eixo 2 – Educação Cidadã e Conscientização





- Transformar o ato de cuidar do bem público em um gesto cotidiano de respeito.
- Estimular escolas e grupos comunitários a se tornarem multiplicadores da mensagem.

Eixo 3 – Comunicação Positiva e Contagante

- Mostrar bons exemplos e comportamentos inspiradores.
- Evitar tom acusatório, substituindo “não destrua” por “vamos cuidar juntos”.

A estratégia será conduzida em duas fases: lançamento (impacto e sensibilização) e engajamento (participação e continuidade), ancorada no tripé institucional: informar, sensibilizar e mobilizar.

1.3 Ideia Criativa

Conceito central: “Todo mundo cuida.”

Racional criativo:

A ideia é transformar o cidadão em protagonista da campanha, comunicando que cada espaço público é uma extensão do lar coletivo. A comunicação se constrói a partir de rostos reais, ambientes reconhecíveis e frases curtas que unem emoção e pertencimento.

Mensagem-síntese:

“O que é de todos, é de cada um. Cuidar da nossa cidade é cuidar de nós mesmos.”

Peças-modelo (propostas criativas):

Atenção: Vide peças gráficas no fim do documento (Anexos 1 ao 6).

Anexo 1: Storyboard (1 Peça)

- VT Institucional (1 min): Imagens de equipamentos públicos, intercaladas com depoimentos reais de moradores.





Anexo 2: Cards para Redes Sociais (3 Peças)

- Card 1: Garota sorrindo vestindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração da EMTI João Ferreira de Abreu.
- Card 2: Garoto sorrindo vestindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração da Areninha da Lajinha.
- Card 3: Adolescente sorrindo exibindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração da Blca do Donato, ponto turístico da cidade.

Anexo 3: Cartaz A3 (42cmx29,7cm) e Outdoor (2 Peças)

- Cartaz: Homem sorrindo vestindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração do Centro Histórico Engenheiro Antônio de Sampaio Pires Ferreira.
- Outdoor Institucional: Garota sorrindo vestindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração da EMTI João Ferreira de Abreu.

Anexo 4: Banner (80x120cm) • (1 Peça)

- Adolescente sorrindo exibindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração da Blca do Donato, ponto turístico da cidade.

Anexo 5: Backbus (3,10x2,20m) • (1 Peça)

- Garota sorrindo vestindo uma camiseta branca com o conceito institucional de campanha e ao fundo uma ilustração da EMTI João Ferreira de Abreu.

Anexo 6: Spot

- **Spot 01 (Todo Mundo Cuida):** Spot que reforça a importância do cuidado coletivo na cidade. Apresenta ações simples do dia a dia, como preservar espaços públicos e respeitar a comunidade, destacando servidores, famílias e moradores. Finaliza com o conceito central da campanha: **Todo Mundo Cuida.**



- **Spot 02 (Quando a gente cuida):** Spot emocional e sensorial que conecta sons da cidade ao comportamento das pessoas. Mostra como pequenos cuidados — de moradores, crianças, famílias e agentes de saúde — fazem a cidade evoluir. Encerra com o chamado inspirador: **Quando cada um faz sua parte, a cidade inteira floresce. Todo Mundo Cuida.**

1.4 Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Distribuição de Mídia (Verba simulada):

- Rádio local – 25%
- Redes sociais – 30%
- Outdoor – 20%
- Impressos – 10%
- Produção audiovisual – 10%
- Ações não-mídia – 5%

Estratégia Não-Mídia:

- Campanhas educativas nas escolas municipais.
- Ações com servidores e lideranças comunitárias.
- Campanha digital com hashtag oficial #PiresFerreiraTodosNos.
- Produção de minissérie institucional nas redes oficiais.

Resultados esperados:

- Consciência cidadã ampliada sobre o uso dos espaços públicos.
- Redução de depredações e aumento da participação comunitária.
- Engajamento digital crescente e reforço da imagem positiva do município.

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

2.1 Equipe Técnica

Função	Atribuições principais
Diretor de Criação	Lelo Maia





Diretor de Arte	Jeferson Borges
Planejador Estratégico	Lelo Maia
Atendimento Publicitário	Beatriz Ferreira de Oliveira
Redator/Social Media	Beatriz Ferreira de Oliveira e Lelo Maia
Mídia	Beatriz Ferreira de Oliveira
Gestor de Tráfego	Lelo Maia
Direção Administrativa e Financeira	Rafaella Albuquerque Pinto

A estrutura técnica proposta conta com profissionais qualificados nas áreas de planejamento, criação, mídia, tráfego e atendimento publicitário, todos com experiência comprovada em campanhas de interesse social e institucional.

2.2 Sistemática de Atendimento

O atendimento se estrutura em fluxo operacional padronizado:

1. Recebimento do briefing – via sistema ou reunião.
2. Planejamento e cronograma – definição de prazos (1 a 2 dias úteis).
3. Criação e aprovação – desenvolvimento e apresentação das peças (3 a 5 dias úteis).
4. Produção e veiculação – execução técnica e entrega (até 7 dias úteis).
5. Acompanhamento e relatório – monitoramento mensal.

As demandas de utilidade pública terão atendimento emergencial em até 24 horas.

2.3 Relação de Equipamentos e Softwares Disponíveis

Equipamentos
3 computadores iMac com processador M3, 8GBB de RAM e SSD de 500GB
2 Notebooks Samsung Book com processador Intel i3, SSD 256GB e 8GB de RAM
1 Macbook Pro com processador M3, 16GB de RAM e SSD de 500GB
2 Câmeras DSLR e Mirrorless Canon com lentes de 18-35mm e 50mm





2 Kits de Iluminação Softbox LED Profissional
2 Microfones de Lapela Rode Profissionais
1 Impressora Epson L14150 para provas e materiais gráficos
Servidor em nuvem com capacidade ilimitada para armazenamento de dados

Softwares
Mac OS Sequóia 15.6.1
Adobe Creative Cloud (Photoshop, Illustrator, Indesign e outros)
Operand (Gestão de fluxo de pauta, financeiro, mídia e produção)
Pacote Office 365
Trello (Gestão de Projetos e comunicação)
Meta Business Suite, Etus e Google Ads (Gerenciamento de Redes Sociais)

Todos os equipamentos e softwares listados encontram-se disponíveis e operantes, garantindo agilidade e qualidade nas demandas de comunicação institucional.

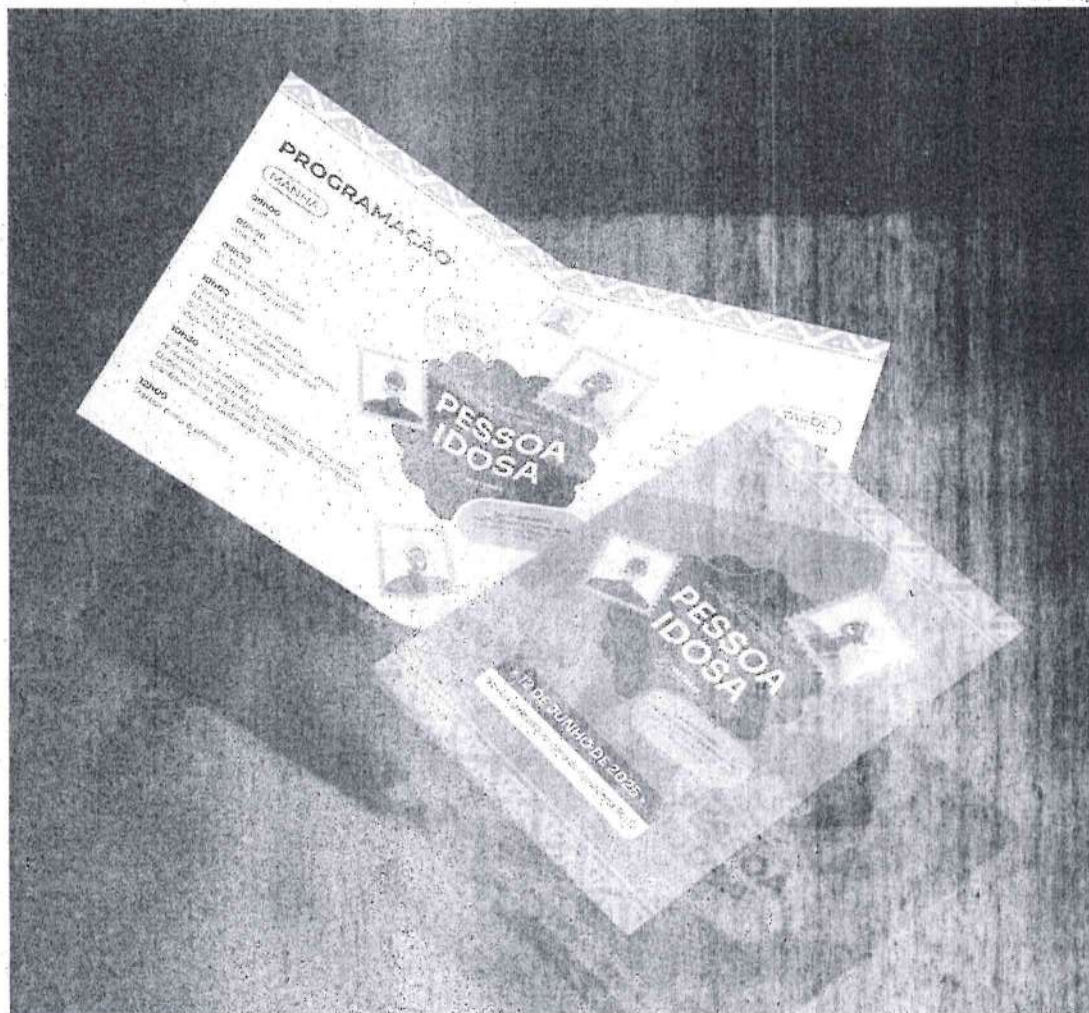
3. REPERTÓRIO

O repertório é representado por campanhas institucionais de interesse público desenvolvidas recentemente, reforçando valores de cidadania, educação e pertencimento.

Cada peça é acompanhada de memória técnica (conceito, público-alvo, meio e resultados obtidos), conforme exigido no edital.

Peça 1





Título/Tipo de Peça:

Bifold Institucional – “3ª Conferência Municipal dos Direitos da Pessoa Idosa”

Tipo de Meio:

Impresso bifold A4 4x4 cores e versão digital para as redes sociais.

Objeto:

Divulgar a programação oficial do evento, destacando as ações da administração pública voltadas à valorização, cidadania e inclusão da população idosa.

Objetivo:



Informar e mobilizar a comunidade sobre as atividades do mês temático, reforçando a importância do cuidado, respeito e valorização da pessoa idosa, em alinhamento às políticas públicas municipais alinhado ao conceito da gestão.

Público-Alvo:

Pessoas idosas, famílias, profissionais da assistência social e saúde, servidores públicos e a população em geral.

Conceito Criativo:

A peça expressa acolhimento e alegria por meio de cores quentes e identidade visual inspirada em elementos gráficos nordestinos. O layout apresenta retratos ilustrados de idosos, humanizando o conteúdo e transmitindo afeto e reconhecimento.

O conceito central é o fortalecimento do respeito à pessoa idosa e da união comunitária em torno do cuidado intergeracional.

Execução Técnica:

- **Formato:** Bifold A4 (297 x 210 mm) com dobra central.
- **Impressão:** 4x4 cores, papel couché fosco 170g.
- **Cores predominantes:** Vermelho, amarelo e marrom — paleta calorosa e inclusiva.
- **Tipografia:** sem serifa, legível e com hierarquia textual bem definida.
- **Distribuição:** Impressão e entrega durante o evento, além de publicação digital para download.

Resultados Obtidos:

- Alta adesão nas atividades do evento, com expressiva participação popular.
- Adoção da identidade visual em postagens de redes sociais e demais materiais de apoio.
- Reforço da imagem institucional da Prefeitura como promotora de políticas de valorização humana.

Observações:

Peça apresentada nesta via **sem qualquer elemento de identificação da proponente**, conforme o item 6.3 do Termo de Referência e o art. 7º, §3º, da Lei nº 12.232/2010.

Peça 2



Título/Tipo de Peça:

Post Institucional – “Elas Também São do Campo”.

Tipo de Meio:

Digital (publicação para redes sociais e site institucional).

Objeto:



Campanha comemorativa do **Dia Internacional da Mulher**, com foco na valorização das trabalhadoras rurais e na promoção da igualdade de gênero no contexto do campo.

Objetivo:

Homenagear e dar visibilidade às mulheres que atuam no setor agrícola, reconhecendo seu papel essencial no desenvolvimento econômico e social local. A peça visa também fortalecer a identidade do cliente como promotor de ações inclusivas e de valorização humana.

Público-Alvo:

Mulheres agricultoras, famílias do meio rural, lideranças comunitárias e público em geral.

Conceito Criativo:

A peça se apoia em uma mensagem emocional e positiva, associando a **imagem da mulher do campo ao símbolo do crescimento e da fertilidade** representado pela muda de planta.

O conceito central — *“Elas também são do campo”* — reforça pertencimento, orgulho e igualdade, dialogando com a força feminina e o papel produtivo da mulher rural.

Execução Técnica:

- **Formato:** Post digital 1080x1350 px (Instagram e Facebook)
- **Estilo visual:** Fotografia real com sobreposição de luz solar dourada e degradê verde, remetendo à terra e à esperança.
- **Paleta:** Tons de verde, dourado e marrom (identidade natural e institucional).
- **Tipografia:** sem serifa, com contraste alto e leitura imediata.

Resultados Obtidos:

- Alto engajamento orgânico e grande número de compartilhamentos durante o período comemorativo.
- Posicionamento positivo da marca institucional como apoiadora da mulher trabalhadora.
- Reforço do vínculo emocional com comunidades rurais e agricultores locais.

Observações:

Peça apresentada nesta via **sem qualquer elemento de identificação da proponente**, conforme o item 6.3 do Termo de Referência e o art. 7º, §3º, da Lei nº 12.232/2010.

Peça 3



Título/Tipo de Peça

Post Institucional – “Mais Emprego e Renda para o Trabalhador”.

Tipo de Meio

Digital (redes sociais e portal institucional).



Objeto

Campanha de divulgação de dados oficiais sobre os **impactos econômicos positivos do Projeto Santa Quitéria**, com base em relatório técnico da FIEC, destacando a geração de empregos e o fortalecimento da economia local.

Objetivo:

Informar a população sobre as perspectivas de crescimento econômico e oportunidades de trabalho decorrentes da instalação do empreendimento, reforçando a confiança da comunidade nos benefícios diretos e indiretos do projeto.

Público-Alvo

População em geral, com foco em trabalhadores, empreendedores locais e estudantes interessados em oportunidades de capacitação e emprego.

Conceito Criativo

A peça combina informação técnica e apelo humano, utilizando a Carteira de Trabalho como símbolo de dignidade e prosperidade.

O conceito *"Mais Emprego e Renda para o Trabalhador"* sintetiza o eixo da campanha — comunicar desenvolvimento com inclusão.

Execução Técnica:

- **Formato:** Post digital 1080x1350px (versão vertical para redes sociais).
- **Tipografia:** sem serifa, negrito para destaque de dados e expressões-chave.
- **Cores predominantes:** Verde (crescimento e confiança) e amarelo-alaranjado (energia e progresso).
- **Veiculação:** Publicações nas redes sociais e site oficial.

Resultados Obtidos:





- Alcance 50% superior à média de publicações do período, com forte engajamento orgânico.
- Reforço da percepção de transparência e credibilidade institucional.
- Integração visual com outras peças da campanha “Mais Emprego e Renda”.

Observações:

Peça apresentada nesta via **sem qualquer elemento de identificação da proponente**, conforme o item 6.3 do Termo de Referência e o art. 7º, §3º, da Lei nº 12.232/2010.

Peça 4



Título/Tipo de Peça:

Campanha Educativa – “Não deixe o mosquito da dengue morar na sua casa”.

Tipo de Meio





Cartaz impresso (A4 e banners 60x90 cm) e versões digitais para redes sociais (1080x1350px).

Objeto

Campanha institucional de utilidade pública voltada à prevenção e ao combate às arboviroses (dengue, zika e chikungunya), promovendo a conscientização da população sobre atitudes preventivas no ambiente doméstico.

Objetivo

Alertar e orientar os cidadãos sobre a importância da eliminação de criadouros do mosquito transmissor, fortalecendo o vínculo entre o serviço público e a população no cuidado com a saúde coletiva.

Público-Alvo

População urbana e rural, com foco em famílias, estudantes, lideranças comunitárias e agentes de saúde.

Conceito Criativo

A peça une informação e empatia, utilizando uma personagem agente de combate às endemias como símbolo de credibilidade e proximidade.

O uso das cores laranja, amarelo e verde traduz urgência, prevenção e esperança, compondo um visual vibrante e acessível.

O conceito central — “*Não deixe o mosquito da dengue morar na sua casa*” — transforma o alerta em um convite para a ação coletiva.

Execução Técnica

- Formato: Cartaz A4 vertical e versões digitais otimizadas para redes sociais.
- Tipografia: sem serifa, de alta legibilidade, com hierarquia textual clara.
- Paleta: Laranja e verde (urgência e prevenção), amarelo (energia e cuidado).
- Veiculação: Escolas, UBS, CRAS, prédios públicos e plataformas digitais institucionais.





Resultados Obtidos

- Aumento no alcance das campanhas de saúde e engajamento digital.
- Replicação do material em secretarias e unidades de saúde.
- Reforço da imagem institucional da gestão pública como promotora da saúde preventiva.

Observações

Peça apresentada nesta via sem qualquer elemento de identificação da proponente, conforme o item 6.3 do Termo de Referência e o art. 7º, §3º, da Lei nº 12.232/2010.

4. CONCLUSÃO



A presente Proposta Técnica traduz fielmente o Briefing apresentado pelo Município de Pires Ferreira e cumpre as exigências da Lei nº 12.232/2010, demonstrando capacidade criativa, técnica e operacional para desenvolver campanhas institucionais que unem propósito, eficiência e pertencimento.

“Pires Ferreira é de Todos Nós” — e comunicar essa ideia é o primeiro passo para que todos cuidem, juntos, do que é de todos.





Declaração de ciência e concordância com o edital (Item 5.3.1)

A empresa A. M. REBOUCAS FILHO, inscrita no CNPJ nº 23.163.050/0001-95, por seu representante legal infra-assinado, declara para os devidos fins que:

Está ciente e concorda integralmente com todas as condições estabelecidas no Edital e seus anexos, e que a proposta apresentada contempla a totalidade dos custos, incluindo encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, direitos assegurados na Constituição Federal, legislação trabalhista, normas infralegais, convenções coletivas de trabalho e termos de ajustamento de conduta vigentes à data de sua entrega.

Declara, ainda, que cumpre plenamente todos os requisitos de habilitação previstos no instrumento convocatório.

Fortaleza, Ceará, 25 de novembro de 2025
A M REBOUCAS
FILHO:23163050000195
Assinado de forma digital por A M
REBOUCAS FILHO:23163050000195
Dados: 2025.11.25 15:35:49 -03'00'
Aureliano Maia Rebouças Filho • CEO
A. M. REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)
CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95



Declaração sobre trabalho de menores (Item 5.3.2)



A empresa A. M. REBOUCAS FILHO, inscrita no CNPJ nº 23.163.050/0001-95, por seu representante legal infra-assinado, declara que:

Não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e não emprega menor de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos, conforme determina o art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal.

Fortaleza, Ceará, 25 de novembro de 2025

**A M REBOUCAS
FILHO:23163050000195**

Assinado de forma digital por A M
REBOUCAS FILHO:23163050000195
Dados: 2025.11.25 15:36:21 -03'00'

Aureliano Maia Rebouças Filho • CEO
A. M. REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)
CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95



Declaração de inexistência de trabalho degradante ou forçado (Item 5.3.3)



A empresa A. M. REBOUCAS FILHO, inscrita no CNPJ nº 23.163.050/0001-95, por seu representante legal infra-assinado, declara que:

Não possui em sua cadeia produtiva empregados submetidos a trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal.

Fortaleza, Ceará, 25 de novembro de 2025

**A M REBOUCAS
FILHO:23163050000195**

Assinado de forma digital por A M
REBOUCAS FILHO:23163050000195
Dados: 2025.11.25 15:36:47 -03'00'

Aureliano Maia Rebouças Filho • CEO
A. M. REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)
CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95



Declaração de cumprimento da reserva legal a PCD e reabilitados (Item 5.3.4)



A empresa A. M. REBOUCAS FILHO, inscrita no CNPJ nº 23.163.050/0001-95, por seu representante legal infra-assinado, declara que:

Cumpre integralmente as exigências relativas à reserva de cargos para pessoas com deficiência e para reabilitados da Previdência Social, conforme legislação e normas específicas vigentes.

Fortaleza, Ceará, 25 de novembro de 2025

**A M REBOUCAS
FILHO:23163050000195**

Assinado de forma digital por A M
REBOUCAS FILHO:23163050000195
Dados: 2025.11.25 15:37:24 -03'00'

Aureliano Maia Rebouças Filho • CEO
A. M. REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)
CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95



Declaração de ME/EPP (Item 5.3.6)



A empresa A. M. REBOUCAS FILHO, CNPJ nº 23.163.050/0001-95, enquadrada como Microempresa, declara que:

Atende aos requisitos do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006, estando apta a usufruir do tratamento favorecido previsto nos arts. 42 a 49 da referida lei, observado o disposto nos §§ 1º a 3º do art. 4º da Lei nº 14.133/2021.

Fortaleza, Ceará, 25 de novembro de 2025

Assinado de forma digital por A M

A M REBOUCAS FILHO:23163050000195 REBOUCAS FILHO:23163050000195

Dados: 2025.11.25 15:37:47 -03'00'

Aureliano Maia Reboúças Filho • CEO

A. M. REBOUCAS FILHO (Villa Comunicação e Marketing)

CPF: 896.952.593-91 • CNPJ: 21.163.050/0001-95

Ed. Quartier Empresarial

Avenida Ministro José Américo, 326 • Sala 915 • Cambé

85 99695.4440 • tonavilla.com.br

