



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**  
Palácio 11 de Outubro

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**SIGA Nº CMBG-CTS-2026/00006**

**1. OBJETO**

**1.1. DEFINIÇÕES DO OBJETO**

Contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, nos termos do art. 37, § 1º da Constituição da República Federativa do Brasil e Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, para prestação de serviços de Publicidade por Agências de Propaganda, anunciante e veículos de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social. Tais projetos compreenderão o estudo, o planejamento, pesquisa, a concepção, a conceituação, a criação, a execução interna e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideais ou informar o público em geral.

O objeto também compreende as seguintes atividades:

a) Desenvolvimento de ações de publicidade de caráter educativo, informativo ou de orientação social mediante estudo, planejamento, pesquisa, concepção, conceituação, criação, execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:

1. Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, nos meios digitais, bem como campanhas publicitárias;
2. Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de anúncios de publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e /ou internacional;
3. Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Legislativo, no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e as suas características ao custo da publicidade;
4. Serviços de elaboração, concepção, edição, produção e distribuição de publicações impressas e digitais diversas para divulgação da Contratante em jornais, front light,

*Classif. documental*

01.05.01.04



outdoors mini-doors, revistas, panfletos, empena, back light, folders, mídias digitais triedo, e outros bus door;

5. Execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Comunicação Social;
6. Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

### 1.2. NATUREZA DO OBJETO

O objeto da presente contratação caracteriza-se como prestação de serviços técnicos especializados de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

Trata-se de serviço de natureza predominantemente intelectual, que envolve atividades de estudo, planejamento, pesquisa, concepção, criação, execução e distribuição de campanhas e ações de comunicação institucional, voltadas à divulgação das atividades, programas e serviços da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, com caráter educativo, informativo e de orientação social, conforme disposto no art. 37, §1º, da Constituição Federal.

Em razão de sua natureza, os serviços não se enquadram como atividades comuns padronizáveis, uma vez que demandam soluções criativas, estratégicas e personalizadas, variáveis conforme os objetivos de comunicação, o público-alvo e os meios utilizados em cada demanda específica.

### 1.3. QUANTITATIVOS

A presente contratação não comporta a definição prévia e exata de quantitativos dos serviços a serem executados, em razão da natureza específica dos serviços de publicidade, regidos pela Lei Federal nº 12.232/2010. Os serviços objeto desta contratação possuem caráter predominantemente intelectual, estratégico e criativo, sendo desenvolvidos sob demanda, conforme as necessidades institucionais da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, especialmente no que se refere à divulgação de suas atividades, programas, ações e campanhas. Diferentemente de contratações de natureza comum, os serviços publicitários não se traduzem em unidades padronizadas e previamente mensuráveis, uma vez que cada ação de comunicação demanda soluções próprias, definidas a partir de variáveis como objetivos institucionais, público-alvo, meios de comunicação e contexto de execução. Assim, os quantitativos serão definidos ao longo da execução contratual, por meio de solicitações específicas da Administração, acompanhadas dos respectivos planos de comunicação, peças publicitárias, estratégias de mídia e demais instrumentos necessários à adequada prestação dos serviços. A execução dos serviços observará os limites orçamentários estabelecidos para a contratação, bem como os critérios de economicidade, eficiência e interesse público.

### 1.4. REGISTRO DE PREÇO

Não se aplica.

### 1.5. POSSIBILIDADE DE PRORROGAÇÃO



O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura ou da data de publicação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), podendo ser prorrogado sucessivamente, a critério da Administração, desde que demonstrada a manutenção da vantajosidade das condições contratadas e a existência de dotação orçamentária.

Considerando a natureza contínua dos serviços de publicidade, voltados ao atendimento permanente das demandas institucionais de comunicação da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, admite-se a prorrogação contratual até o limite máximo de 10 (dez) anos, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

A prorrogação estará condicionada à avaliação do desempenho da contratada, à regularidade fiscal e trabalhista, bem como ao interesse público devidamente justificado, podendo ser precedida de negociação para adequação de preços e condições, se necessário.

### 1.6. DESCRIÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

Desenvolvimento de ações de publicidade de caráter educativo, informativo ou de orientação social mediante estudo, planejamento, pesquisa, concepção, conceituação, criação, execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:

- a) Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, meios digitais, bem como campanhas publicitárias;
- b) Planejamento, concepção, veiculação e distribuição de anúncios de publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e /ou internacional;
- c) Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Legislativo, no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e as suas características ao custo da publicidade;
- d) Serviços de elaboração, concepção, edição, produção e distribuição de publicações impressas e digitais diversas para divulgação da Contratante em jornais, outdoors mini, doors, empena, digitais e outros back light, triedo, bus door, front light, revistas, panfletos, folders, mídias;
- e) Execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Comunicação Social;
- f) Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

### 2.1. JUSTIFICATIVAS



A presente contratação fundamenta-se na necessidade de assegurar a adequada comunicação institucional da Câmara Municipal de Bento Gonçalves, em observância ao princípio constitucional da publicidade, previsto no art. 37, *caput* e §1º, da Constituição Federal, segundo o qual a divulgação dos atos, programas, serviços e campanhas dos órgãos públicos deve possuir caráter educativo, informativo ou de orientação social.

A Câmara Municipal, enquanto órgão representativo do Poder Legislativo local, exerce funções essenciais à democracia, tais como a elaboração de leis, a fiscalização da Administração Pública e a representação dos interesses da população. Nesse contexto, torna-se indispensável a implementação de estratégias eficazes de comunicação que possibilitem à sociedade o pleno conhecimento das atividades parlamentares e o acompanhamento das ações institucionais.

Conforme evidenciado no *briefing* que integra o presente processo, verifica-se que parcela significativa da população ainda possui conhecimento limitado acerca das competências do Poder Legislativo, havendo, inclusive, confusão recorrente entre as atribuições dos Poderes Legislativo. Tal cenário evidencia a necessidade de ações estruturadas de comunicação institucional, capazes de ampliar a compreensão da sociedade sobre o papel da Câmara Municipal, fortalecer sua imagem institucional e estimular a participação cidadã no processo democrático.

A contratação de agência de publicidade especializada justifica-se, portanto, pela necessidade de apoio técnico qualificado para o desenvolvimento de estratégias de comunicação integradas, que envolvam planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas e conteúdos institucionais, adequados aos diferentes públicos e meios de comunicação.

Ademais, os serviços de publicidade possuem natureza técnica e intelectual, exigindo conhecimentos específicos, experiência profissional e domínio de ferramentas e metodologias próprias da área, o que inviabiliza sua execução direta pela estrutura administrativa interna, tornando necessária a contratação por meio de licitação, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

A presente contratação também se fundamenta na necessidade de promover a transparência pública, ampliar o acesso à informação, incentivar o controle social e fortalecer o vínculo entre o Poder Legislativo e a comunidade local, contribuindo para o aprimoramento da gestão pública e o atendimento ao interesse público.

Dessa forma, a contratação pretendida mostra-se adequada, necessária e alinhada aos princípios da legalidade, publicidade, eficiência e interesse público, bem como às disposições da Lei Federal nº 14.133/2021.

### **3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO**

#### **3.1. SOLUÇÃO**

A solução proposta consiste na contratação de agência de publicidade especializada, para a prestação de serviços técnicos de comunicação institucional, de forma contínua e sob demanda, visando ao atendimento das necessidades da Câmara Municipal de Bento Gonçalves no que se refere à divulgação de suas atividades, ações e programas.



A contratação abrange o desenvolvimento de ações de publicidade com caráter educativo, informativo e de orientação social, compreendendo, de forma integrada e estratégica, as seguintes atividades: planejamento, pesquisa, concepção, criação, produção, execução e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, bem como a intermediação na veiculação junto aos diversos meios de comunicação.

A solução contempla, ainda, a elaboração de estratégias de comunicação capazes de atender aos objetivos institucionais da Câmara Municipal, especialmente no sentido de aproximar o cidadão das atividades legislativas, ampliar o conhecimento da população sobre o funcionamento do Poder Legislativo, promover a transparência pública e incentivar a participação da sociedade no processo democrático.

Para tanto, deverão ser utilizadas estratégias de comunicação integradas, envolvendo diferentes canais e plataformas, tais como mídias tradicionais (rádio, televisão, jornal, outdoor, entre outros), mídias digitais (redes sociais, portais institucionais, plataformas de vídeo e demais meios eletrônicos), bem como ações institucionais e materiais gráficos, conforme a natureza de cada demanda.

A execução dos serviços será realizada de forma indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, com remuneração baseada nos serviços efetivamente demandados e executados, observando-se as tabelas referenciais aplicáveis, os percentuais de desconto ofertados na proposta vencedora e as normas que regem a atividade publicitária.

A agência contratada deverá disponibilizar equipe técnica qualificada e estrutura operacional adequada para atender às demandas da Administração, garantindo qualidade técnica, eficiência, economicidade e alinhamento às diretrizes institucionais.

Destaca-se que a presente solução mostra-se a mais adequada para atender às necessidades da Câmara Municipal, considerando a complexidade, a natureza intelectual dos serviços publicitários e a necessidade de obtenção de resultados efetivos na comunicação com a sociedade, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133/2021.

#### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

##### **4.2. QUALIFICAÇÕES TÉCNICAS**

Declaração(ões) e/ou atestado(s), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência.

Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;



O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

#### 4.2.1. ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICO-PROFISSIONAL

Atestado de Capacidade técnica em nome do responsável técnico, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando que o mesmo, tenha executado com bom desempenho serviço compatível em características com o objeto da presente licitação, com o devido registro na entidade profissional/institucional.

A licitante deverá comprovar que possui responsável técnico na empresa, quer seja profissionais de formação superior em Comunicação Social, como Publicidade e Propaganda. A comprovação do vínculo entre a empresa e o responsável técnico poderá ser realizada através de carteira de trabalho, contrato de prestação de serviços ou através do contrato social (sócios).

#### 4.2.2. ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICO-OPERACIONAL

Não se aplica.

#### 4.2.3. PESSOAL TÉCNICO DISPONÍVEL

Profissionais de formação superior em Comunicação Social, como Publicidade e Propaganda.

#### 4.3. SUB-CONTRATAÇÃO PARCIAL DO OBJETO

A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara Municipal, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

Poderão ser subcontratados os seguintes serviços: fotografia; gráficos; produtora de VTs, filmes, audiovisuais e programetes; gravadoras de áudio; aparelhagem de som; captação e edição de imagens; profissionais de animação; serviços de plotagem e confecção de lonas, banners etc; colocação de out-doors, faixas, etc; contratação de atores, de músicos, de comunicadores, de redatores, de profissionais de marketing, publicidade e propaganda, de chargistas, de desenhistas e de locutores; contratação de pesquisas de opinião; e contratação de consultoria para gestão de imagem.

### 5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

#### 5.1. INÍCIO DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO

O prazo para início da prestação dos serviços é de até 05 (cinco) dias após a assinatura do contrato.

#### 5.2. LOCAL DE EXECUÇÃO DO SERVIÇO

Os serviços ora licitados poderão ser executados na própria sede da licitante vencedora, estabelecendo-se o contato com a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas por



telefone ou e-mail, e, também, na sede da Câmara Municipal, dependendo da demanda e a juízo crítico da Presidência.

### 5.3. UNIDADE RESPONSÁVEL

Assessoria de Comunicação

## 6. GESTÃO DO CONTRATO

### 6.1. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

A gestão do contrato será realizada por servidor(es) formalmente designado(s) pela Câmara Municipal de Bento Gonçalves, competindo-lhe(s) o acompanhamento, a fiscalização e o controle da execução contratual, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

O modelo de gestão adotado será orientado por demandas, considerando a natureza contínua e dinâmica dos serviços de publicidade, sendo a execução contratual operacionalizada por meio de solicitações específicas da Administração, formalizadas mediante ordens de serviço, briefings ou instrumentos equivalentes, contendo a descrição detalhada das ações a serem desenvolvidas, prazos, objetivos e demais condições pertinentes.

A contratada deverá apresentar, para cada demanda, propostas técnicas e orçamentárias compatíveis com as diretrizes estabelecidas, as quais deverão ser previamente analisadas e aprovadas pela unidade responsável pela comunicação institucional da Câmara Municipal, antes da sua execução.

A fiscalização do contrato compreenderá a verificação do cumprimento das obrigações contratuais, da qualidade técnica dos serviços prestados, da aderência às estratégias de comunicação aprovadas, bem como da regularidade dos custos apresentados, em conformidade com as tabelas referenciais e os percentuais de desconto contratados.

O acompanhamento da execução contratual incluirá, ainda, a validação das entregas realizadas, a conferência dos serviços executados por terceiros eventualmente contratados, a análise dos relatórios de execução e a verificação da adequada aplicação dos recursos públicos.

A contratada deverá manter interlocução permanente com a Administração, garantindo o fluxo contínuo de informações, a transparência na execução dos serviços e o atendimento tempestivo das demandas institucionais.

Eventuais falhas ou desconformidades na execução dos serviços deverão ser comunicadas à contratada para imediata correção, podendo ensejar a aplicação das sanções previstas contratualmente, caso não sejam sanadas no prazo estipulado.

### 6.2. FISCAL DO CONTRATO OU SERVIDOR RESPONSÁVEL

Assessoria de comunicação

## 7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO



## 7.1. FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado mensalmente, de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados na proposta de preço, mediante a apresentação da respectiva Nota Fiscal, até o 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, após a data de emissão do Termo de Recebimento (após constatação de que os serviços foram executados a contento), pelo fiscal do contrato nomeado pela Câmara Municipal.

## 8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

### 8.1. FORMA DE JULGAMENTO

Em consonância ao que dispõe o §1º do artigo 10 da Lei 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas para esta licitação serão avaliadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica.

À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, que será realizado pela Subcomissão Técnica, devidamente constituída, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão de Licitação.

Serão realizadas tantas reuniões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação em vigor.

Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da comissão especial de licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes que assim o desejarem.

A Subcomissão Técnica poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização na contratação. Todas as avaliações e julgamentos realizados pela Subcomissão Técnica deverão ser acompanhados de motivação expressa.

As propostas técnicas e de preços, assim como os documentos de habilitação, deverão ser apresentados pelas licitantes em 05 (cinco) ENVELOPES, sendo o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária padronizado, fornecido pela Câmara Municipal, até o último dia útil anterior à data da abertura da licitação, a serem retirados pela interessada na Câmara Municipal de Vereadores, Av. Dr. Antônio Casagrande, 270 - Centro, Bento Gonçalves – RS, junto ao setor de Licitações.

Os envelopes deverão conter na parte externa os seguintes dizeres:

ENVELOPE 1 – PROPOSTA TÉCNICA (apócrifa) – PLANO DE COMUNICAÇÃO- VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO - VIA IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº



RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE 4 – PROPOSTA COMERCIAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / E-MAIL / CNPJ DA LICITANTE

DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

Os ENVELOPES 1 e 2 deverão conter o Plano de Comunicação Publicitária, apresentando em forma de caderno em espiral na cor preta, colocado à esquerda, com capa e contracapa plástica incolor transparente, na vertical o qual será composto pelos seguintes quesitos e consoante:

- Apresentação de textos e peças que simulem uma campanha publicitária nos termos do briefing anexo ao presente termo de referência.

Observação 1:

Para preservar, até a abertura do Envelope nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais;



Observação 2: Os Envelopes nº 2, 3,4 e 5 deverão estar fechados e rubricados no fecho;

O Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Técnica) deverá ser organizado da seguinte forma (conforme artigo 7º da Lei 12.232/2010):

- RACIOCÍNIO BÁSICO
- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
- IDEIA CRIATIVA
- ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Raciocínio básico – texto em que a licitante:

a) demonstrará seu entendimento sobre as informações prestadas no briefing e apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal, a compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

a.1) Sob a forma de texto com alinhamento justificado de no máximo 10 (dez) laudas;

a.2) Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;

Observação: Não será permitido redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada. As páginas devem ser numeradas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito, em algarismos arábicos;

Estratégia de Comunicação Publicitária - constituída de texto de no máximo dez páginas (Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes), em que a licitante apresentará e defenderá a temática e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do Briefing; explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária, abrangendo comunicação integrada para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar para mídias alternativas, tradicionais e campanhas de internet, sempre respeitando os limites da verba prevista.

Ideia criativa – a licitante desenvolverá a campanha publicitária destinada a solucionar o proposto no briefing, por meio de síntese da proposta conceitual contida na Estratégia de Comunicação Publicitária.

O texto deverá ser apresentado em formato A4, branco, de até máximo 05(cinco) laudas, com a síntese a estratégia de comunicação publicitária para a Câmara Municipal, a respeito da abordagem criativa da campanha, acompanhada das peças que não serão computadas no número de laudas, e que deverão ser apresentadas fora do caderno, que a corporifiquem objetivamente, limitados a 15 (quinze) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material.



c.2) podem ser apresentados sob a forma de:

c.2.1) roteiro, layout ou story-board impressos, para qualquer meio;

c.2.2) protótipo ou "monstro", para rádio e internet não serão aceitos;

c.2.3) Os story-board poderão ser ilustrados, ter imagens ou outros recursos gráficos que acharem necessários, porém não poderão ser animados. Deverão ser impressos;

c.3) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", devem ser observadas as seguintes regras:

c.3.1) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

c.3.2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c.3.3) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

c.3.4) anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

c.3.6) um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

c.3.8) um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

c.4) Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cortejo, pelos Integrantes da Subcomissão Técnica;

c.5) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em prancha preta com no máximo 42X30 centímetros (formato A3) e devem ser acondicionadas dentro do Invólucro 1 sem danificar o mesmo.

Estratégia de Mídia: máximo de três páginas de textos (formato conforme já estabelecido nos itens anteriores), não considerados o plano e as tabelas, que evidenciem:

a) O conhecimento e análise dos hábitos de comunicação dos públicos previstos, apresentados sob a forma de texto (Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes), onde deverá ser incluído memorial que explicita e justifique as premissas assumidas, sendo permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas como anexos;

b) A utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto (Fonte arial, cor preta, corpo 12, estilo normal, espaçamento de 1,5 cm entre linhas e margem de 2 cm nas quatro bordas, em folha A4, com 75 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca, sem recuo nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes) em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de produção (detalhando quantidades e custos) e veiculação, acompanhado da



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**

Palácio 11 de Outubro



devida justificativa e da inclusão de tabelas, gráficos e planilhas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;

c) A simulação do plano de distribuição das peças de que trata a alínea "ideia criativa". Dessa simulação deverá constar resumo geral contendo, no mínimo, as seguintes informações:

a) o período de distribuição das peças e/ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Observação 1: A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 2) conterà o mesmo teor da via não identificada ( ENVELOPE 1), com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa, conforme art. 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010, deverá ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Observação 2: A critério da Câmara Municipal, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

Observação 3: As tabelas, os gráficos e/ou planilhas deverão ser editados em tons de cinza. Os dados e informações deverão ser editados em fonte arial estilo normal, cor preto automático, tamanho 10 pontos. As páginas com inserção de gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.



Observação 4: A Via não identificada (ENVELOPE 1) não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do ENVELOPE nº 2.

O ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE deverá conter as informações sobre a capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação do proponente, da seguinte forma explicitada.

Capacidade de atendimento , demonstrada por meio de:

a ) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação da data do início de atendimento de cada um deles;

b) atestado (s) emitido (s) por pessoa (s) jurídica (s) de direito público ou privado, que comprove (m) que a proponente executou ou está executando serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação (no mínimo três), com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede);

c) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

d) as instalações e a infraestrutura que estarão à disposição para a execução do contrato;

e) a sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

f) não há limitações com relação a quantidade de páginas;

g) Declaração de que a licitante tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, dentro do que determina a Lei do Direito Autoral (Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998), e conforme o Capítulo 3, item 3.7 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, com cessão definitiva à Câmara Municipal;

g.1) Para os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte-finalização e material audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra preexistente que não seja de domínio público, jingles, spots, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos - incluindo direção e produção - e assemelhados, criados e produzidos pela própria agência;

g.2) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

g.3) Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.



Observação: O percentual máximo a ser pago pela Câmara Municipal aos detentores de direitos patrimoniais será de 20% (vinte por cento), na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado e relativo aos trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, e obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos; para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples;

Repertório:

A licitante deverá apresentar os documentos, informações e peças que constituem o quesito em caderno específico, fonte arial tamanho 12, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

A licitante deverá apresentar 03 (três) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas, preferencialmente, a partir de abril de 2025.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis, em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de PDF, JPG, HTML, SWF, MPEG, MP4 E MOV, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente, deverão estar em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno específico no canto inferior direito.

Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Câmara Municipal, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

Relatos de soluções de problemas de comunicação:

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, fonte arial 12, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**

Palácio 11 de Outubro



A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

Cada Relato:

- a) será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Câmara Municipal, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- c) deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

A formalização do referendo poderá ser feita no próprio relato, no qual constarão, além do próprio referendo, o nome empresarial do cliente, o nome, o cargo ou função e a assinatura do signatário.

As propostas devem ter sido implementadas preferencialmente a partir de abril de 2026.

É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças publicitárias, dentro do limite especificado independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de PDF, JPG, HTML, SWF, MPEG, MP4 E MOV.
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto ou ser apresentadas separadamente em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas separadamente, deverão estar em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno específico no canto inferior direito. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

Todas as peças e folhas apresentadas fora dos cadernos que tratam os envelopes n.º 2 e 3 deverão ser igualmente rubricadas pelo representante da empresa licitante.

A proposta comercial e os documentos de habilitação deverão ser apresentados em dois envelopes distintos, identificados da seguinte forma:

ENVELOPE 4 – PROPOSTA COMERCIAL (PROPOSTA DE PREÇOS)

A Proposta de Preços deverá ser apresentada de forma impressa em papel timbrado da licitante, em 02 (duas) vias, através de edição eletrônica de textos, sem emendas, ou rasuras, com todas as páginas numeradas, rubricadas e a última, datada e assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, contendo ainda razão social, endereço e CNPJ da licitante e atendendo aos requisitos abaixo:



Estado do Rio Grande do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES**

Palácio 11 de Outubro



1. Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme o modelo fornecido (ANEXO);

a) Declaração de aceitabilidade de todas as cláusulas e condições impostas pela Câmara Municipal e de conhecimento de todas as especificações do objeto desta licitação;

b) Tabela vigente de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul em original ou cópia legível autenticada;

Observação 2: Quaisquer inserções na proposta que visem modificar, extinguir ou criar direitos, sem previsão no edital, serão tidas como inexistentes, aproveitando-se a proposta no que não for conflitante com o instrumento convocatório.

A proposta deverá conter os PERCENTUAIS (%) DE DESCONTO A e B conforme descrito abaixo, constantes no Anexo. O percentual deverá ser expresso com 2 (duas) casas decimais, à vista, válido para ser praticado desde a data da apresentação da proposta, até o efetivo pagamento, da seguinte forma:

1. Desconto sobre os honorários incidentes sobre os custos de produção realizados por terceiros dos serviços e suprimentos externos contratados, nos casos em que a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação dos serviços ou suprimentos.

2. Desconto sobre os preços de apropriação e repasse de custos internos constantes da Tabela de Custos Internos.

Os percentuais deverão ser ofertados com base nos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, relativamente aos serviços prestados internamente na Agência;

Nos percentuais de desconto propostos serão considerados todos os encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais (ICMS e outros), comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços, objeto desta licitação.

Observação 1: Entende-se por encargos, referentes à proposta, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste edital.

Observação 2: Os percentuais de desconto propostos serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto desta licitação, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

Observação 3: Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da licitante vencedora não serão pagos pela Câmara Municipal, bem como, os serviços reprovados e não refeitos.

A proposta deverá estar acompanhada de DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS, conforme modelo constante no Anexo na qual a licitante tratará a



questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir dentro do que determina a Lei do Direito Autoral - Lei n.º 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e conforme o Capítulo 3, item 3.7, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, com cessão definitiva à Câmara Municipal dos direitos patrimoniais de uso, discriminando os casos que seguem:

Para os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte-finalização e material audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra pré-existente que não seja de domínio público, jingles, spots, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos - incluindo direção, e produção - e assemelhados, tanto criados e produzidos pela própria agência, como por empresas ou profissionais especializados contratados pela Agência;

Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso.

Na elaboração da proposta de preço, a licitante deverá considerar as seguintes obrigações na prestação dos serviços:

1. Fornecer, após a respectiva aprovação do serviço pela Câmara Municipal e conforme a peça produzida, o seguinte material para arquivo: Filme, Cine VT e VT (em formato digital), jingles, spots e trilhas (um CD/DVD com cópia ou pendrive), peças gráficas (versão impressa), CD-Rom (dois CDs com cópia). E, sempre que solicitado, fornecer todo o material bruto e original produzido em decorrência deste contrato (telecines, fitas DVCam, arquivos digitais de textos, cartazes, material gráfico e áudio);
2. Quando houver a produção de peça eletrônica, deverá a licitante vencedora apresentar a autorização do CONCINE - Conselho Nacional de Cinema;
3. Incluir no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado;
4. Constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporadas à peça, licenciamentos de uso das obras artísticas preexistentes e os de cessão dos demais direitos;
5. Negociar sempre as melhores condições de preços, para os direitos de imagem e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Câmara Municipal, bem como, transferir, integralmente, à Câmara Municipal, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;
6. Executar o objeto contratado com completa organização, elevada qualidade e no prazo estipulado; Realizar com seus próprios recursos todas as obrigações relacionadas com o objeto desta licitação, de acordo com as especificações determinadas neste edital e em seus anexos;



7. Cumprir a legislação federal, estadual e municipal pertinente, bem como se responsabilizar pelos danos e encargos de qualquer espécie decorrentes de ações ou omissões, culposas ou dolosas, que praticar durante a execução do contrato;
8. Pagar e recolher todos os impostos e demais encargos fiscais, bem como todos os encargos trabalhistas previdenciários, sociais e comerciais, prêmios de seguro e de acidente de trabalho, que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação;
9. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta licitação, que envolvam o nome da Câmara Municipal, somente mediante autorização expressa do mesmo;
10. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc.) aprovadas pela Câmara Municipal;
11. No caso de necessidade de segunda tiragem, a Câmara Municipal passará para a licitante vencedora a solicitação;
12. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação somente será definida após a aprovação de mídia pela Câmara Municipal e sua reprodução dar-se-á a partir da aprovação das peças; Entregar à Câmara Municipal, até o último dia do mês, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas;
13. Registrar se possível o serviço entre a Câmara Municipal e a licitante vencedora, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
14. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Câmara Municipal, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da licitante vencedora pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria licitante;
15. A licitante vencedora deverá manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas à Câmara Municipal durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução total ou parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara Municipal, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

Poderão ser subcontratados os seguintes serviços: fotografia; gráficos; produtora de VTs, filmes, audiovisuais e programetes; gravadoras de áudio; aparelhagem de som; captação e edição de imagens; profissionais de animação; serviços de plotagem e confecção de lonas, banners etc; colocação de out-doors, faixas, etc; contratação de atores, de músicos, de comunicadores, de redatores, de profissionais de marketing, publicidade e propaganda, de chargistas, de desenhistas e de locutores; contratação de pesquisas de opinião; e contratação de consultoria para gestão de imagem.

Os critérios de pontuação da Proposta de Preço encontram-se no Anexo deste edital.



Serão DESCLASSIFICADAS as propostas:

- a ) Que não atenderem as especificações e exigências do presente Edital e seus Anexos ou da Legislação aplicável;
- b ) Omissas ou vagas, bem como as que apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento;
- c) Que impuserem condições ou contiverem ressalvas em relação às condições estabelecidas neste Edital.

INVÓLUCRO 5 – DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO deverá conter os documentos de habilitação os quais poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão de imprensa oficial.

## 8.2. ADJUDICAÇÕES DO OBJETO

A adjudicação do objeto da presente licitação será realizada ao licitante que for declarado vencedor do certame, após a conclusão das fases de julgamento das propostas técnica e de preços, bem como da habilitação, observados os critérios estabelecidos no edital e na legislação aplicável, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133 /2021.

Considerando a natureza dos serviços de publicidade e a necessidade de integração estratégica das ações de comunicação institucional, a adjudicação será realizada por lote único, não sendo admitido o fracionamento do objeto, a fim de garantir a unidade, a coerência e a efetividade das campanhas e demais ações publicitárias desenvolvidas para a Câmara Municipal de Bento Gonçalves.

A concentração da execução contratual em uma única agência de publicidade visa assegurar maior eficiência na gestão do contrato, padronização da comunicação institucional, otimização de recursos públicos e alinhamento estratégico das ações desenvolvidas.

Após a adjudicação, o objeto será encaminhado à autoridade competente para homologação do certame e posterior formalização do contrato administrativo.

## 9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

### 9.1. MODELO UTILIZADO PARA DESCRIÇÃO DOS PREÇOS

O valor total anual da presente contratação é de até R\$ 450.000,00 anuais.

Os valores serão adequados, conforme a demanda, atendendo os termos da Lei nº 12.232 /2010, e com base no previsto na Lista Referência de Valores 2026 disponibilizada pelo Sistema Nacional das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul (Sinapro-RS)

## 10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA



## 10.1. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

A dotação orçamentária será indicada pelo setor competente.

## 11. ESPECIFICAÇÃO DA GARANTIA

### 11.1. GARANTIA DO OBJETO

Não será exigida garantia contratual específica para o objeto da presente contratação, tendo em vista a natureza dos serviços a serem prestados.

Os serviços de publicidade caracterizam-se como atividades de natureza predominantemente intelectual, desenvolvidas sob demanda, não envolvendo o fornecimento de bens duráveis ou produtos que comportem garantia nos moldes tradicionais.

A adequada execução contratual será assegurada por meio dos mecanismos de gestão e fiscalização do contrato, incluindo a aprovação prévia das demandas, o acompanhamento da execução dos serviços, a validação das entregas realizadas e a aplicação das sanções previstas em caso de descumprimento das obrigações contratuais.

Não se aplicam, igualmente, condições de manutenção ou assistência técnica, em razão das características do objeto contratado.

## 12. GESTÃO

### 12.1. SECRETARIA / ÓRGÃO / RESPONSÁVEL

Assessoria de Comunicação

Bento Gonçalves, 10 de abril de 2026.

- assinado eletronicamente -

Tchaylen De Souza  
Coordenador da Área de Comunicação

