

**ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO
ESTADO DE RONDÔNIA – ALE RO**

**CONCORRENCIA PRESENCIAL Nº 001/2024/ CPP/ALE/RO
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 100.292.000020/2023-91**

I. INTRODUÇÃO

Prezados Senhores,

A Federação Nacional das Agência de Propaganda - FENAPRO, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 48.701.155/0001-81, na qualidade de Entidade Sindical de grau superior, representante legal da categoria econômica das Agências de Propaganda em todo o território brasileiro, vem, respeitosamente, por intermédio de seu Presidente, que abaixo subscreve, na defesa dos interesses da categoria, vem à presença de Vossas Senhorias apresentar solicitação de retificação do **EDITAL Nº 001/2024/ CPP/ALE/RO**.

Com fundamento nos termos do referido Edital, bem como nas bases que norteiam o Direito Administrativo, solicitamos tais correções que serão aqui apontadas por meio de **IMPUGNAÇÃO E ORIENTAÇÕES DE RETIFICAÇÃO**.

A despeito de qualquer conotação negativa a qual esta medida venha a ser percebida, imperioso deve ser o respeito à principiologia que rege a atuação da Administração Pública em seus processos de contratação, os quais devem ser elaborados em atenção aos princípios que orientam o exercício da função administrativa, em especial: legalidade, razoabilidade, proporcionalidade, impessoalidade, isonomia, moralidade, publicidade e eficiência.

Diante do exposto, a FENAPRO, entidade de classe que congrega e representa as empresas da área de publicidade e propaganda do Estado, destaca o seu papel colaborativo para o desenvolvimento do nosso mercado, tanto para agências, como para clientes-anunciantes.

Por meio dessa medida a FENAPRO busca, além de zelar pelos direitos e interesses individuais e coletivos de seus associados, contribuir para a proteção da atividade econômica das agências de propaganda, bem assim colaborar para a segurança jurídica da contratação almejada.

No sentido do respeito que sempre norteou as relações entre a FENAPRO e esses Órgãos, aproveitamos o ensejo para renovar os votos de elevada estima e consideração por Vossas Senhorias.

II. DO PEDIDO

A **FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO**, por intermédio do seu Presidente que esta subscreve, na condição de representante das agências de propaganda de Rondônia – RO, com plena legitimidade para subscrever a presente **IMPUGNAÇÃO E ORIENTAÇÕES DE RETIFICAÇÃO** ao Edital nº **001/2024/CPP/ALE/RO**, vem à presença de Vossa Senhoria requerer conhecimento e provimento da mesma, fazendo-os nos termos dos argumentos fáticos e jurídicos, a seguir expostos:

III. DOS PEDIDOS

Fundamentação:

1. DO OBJETO

1.1. Erros de numeração: após o subitem 1.7.1, devem constar os subitens 1.7.2, 1.7.3 e 1.7.4, no entanto, no Edital, após o subitem 1.7.1, surge o subitem 1.7.5, omitindo-se os subitens que deveriam estar entre o 1.7.1, e o 1.7.5.

Após o subitem 1.9.7, foi incluído o item 1.12, sendo **omitidos os itens e subitens existentes entre o subitem 1.9.7 e o item 1.12**.

É necessário suprir tais omissões tomando o cuidado de verificar o conteúdo antes de fazer a inclusão.

1.2. Item 1.12: deve ser eliminado. Micro e Empresa de Pequeno Porte não reúnem condições legais para participar de uma licitação com verba estimada de R\$ 26.134.078,00, e contratação de apenas 01 (uma) Agência de Propaganda para execução do Contrato. O teto de faturamento anual das ME e das EPP é de, respectivamente, R\$ 360 mil e R\$ 4.800 mil.

2. DO VALOR ESTIMADO, VIGÊNCIA E CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Item 2.1: ao invés de “... o custo estimado da contratação...”, deve ser “... o valor estimado para a execução do Contrato...”. No valor estimado da execução do Contrato, estão abrangidos os serviços prestados pela **CONTRATADA**; os serviços de produção executados por **FORNECEDORES** de serviços especializados; os serviços de divulgação prestados por **VEÍCULOS** e demais **MEIOS** etc.

Portanto, R\$ 26.134.078,00 é o valor estimado para a execução do Contrato.

2.2. Os subitens 2.6.1.1 até 2.6.3 devem ser eliminados, pois são mera repetição dos subitens 1.7.1 até 1.8.1, todos do Edital.

2.3. O subitem 2.6.4 deve ser eliminado. Trata-se apenas de uma repetição do item 1.12.

O Edital contém o tópico “CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO” transcrito 02 (duas) vezes.

3. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

3.1. Subitem 3.1.1.1.3.5: antes do subitem em referência deveria haver os subitens 3.1.1.1.3.3 e 3.1.1.1.3.4. Tais numerações foram omitidas. É necessário corrigir a omissão.

3.2. Subitem 3.1.1.1.5: na 1ª linha, ao invés de “Comissão Permanente de Licitação”, deve ser “Comissão Especial de Licitação”, como consta do “PREÂMBULO”.

3.3. Subitem 3.1.1.2.2: ao final da 3ª linha, após “... peças publicitárias”, incluir “... da Ideia Criativa”.

4. DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1. Subitem 5.2.2.4.5: atentar para a falta de sequência na numeração. Após 5.2.2.4.5, segue-se o subitem 5.2.3.1.3 e demais subitens. Entre o subitem 5.2.2.4.5 e o subitem 5.2.3.1.3, a numeração foi omitida.

Necessário recompô-la.

E mais: na Tabela que se segue ao subitem 5.2.2.4.5, na coluna “MEIO”, é mencionada “MÍDIA”, após “TV”, “RÁDIO”, “INTERNET”, “OUT-OF-HOME”. O que deve ser incluído como “MÍDIA”?

“TV”, “RÁDIO”, “INTERNET”, “OUT-OF-HOME” são mídias!

Em “CUSTOS”, coluna “MÍDIA”, o que deve ser lançado como “CUSTOS” de “MÍDIA”?

4.2. Subitem 5.2.3.1.9: ao final da única linha, eliminar “... do lote”, e substituir por “... prevista no subitem 5.2.2.4.5”. Licitação de serviços de publicidade não pode ter nenhum tipo de licitação.

4.3. Subitem 5.3.2.1: na 1ª linha, após “... produzidos e veiculados...”, incluir “.../exibidos”. A mesma alteração deve ser incluída no subitem 5.3.2.1.1, 2ª linha, após “... ou período de veiculação...”, incluir “.../exibidos...” também.

O **REPERTÓRIO** abrange peças/materiais de “mídia” e “não mídia”, e **estes últimos são exibidos, e não veiculados.**

4.4. Subitem 5.5.9.5: na sequência deste subitem foi **omitido o subitem 5.5.9.6.**

Após o subitem 5.5.9.7, foram omitidos os subitens 5.5.9.8 e 5.5.9.9. Necessário rever os itens omitidos, acima apontados.

5. DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

5.1. Item 6.8: na 1ª linha, **faz menção ao “subitem 6.5.1.4”** e tal subitem **não existe no Edital.** Verificar o subitem correto, porque refere-se a honorários da Agência de Propaganda, podendo interferir na “Proposta de Preços”.

ATENÇÃO: após o item 6.8, **aparece o item 8.9 e está errado.** O item 6.9 é o correto.

5.2. Item 6.12: na 1ª linha, **após “... é concedido à CONTRATADA...”**, **incluir “... pelo Veículo...”.**

5.3. Item 6.15: na última linha, **após “... data de entrega das propostas...”**, **incluir “relativas a seus empregados”.** A **CONTRATADA** responde pelos custos dos profissionais que trabalham para ela e com ela.

A **CONTRATADA não responde** pelos custos dos empregados/profissionais que trabalham nas empresas fornecedoras e nos veículos e meios de divulgação.

ATENÇÃO: há 02 (dois) itens 6.15. A partir do segundo, é necessário refazer a numeração.

5.4. Subitem 6.15.3: na 1ª linha, **ao invés de “... durante a vigência...”**, **deve ser “... após a vigência...”.** Ao final da 2ª linha, **eliminar “... ou fornecedores”.** A **CONTRATANTE** somente poderá utilizar serviços que envolvam direitos de autor e conexos de terceiros, **se pagar aos fornecedores**, pela cessão dos mesmos como previsto no subitem 6.15.4.

5.5. Subitem 6.15.10: na última linha, há remessa ao subitem 5.1.5 e **o Edital não tem o citado subitem.** Necessário revisar o texto, porque, ao que o texto indica, **o subitem 5.1.5 refere-se a procedimentos que devem ser observados.**

5.6. Subitem 6.15.11, inc. II: a **CONTRATANTE** poderá **solicitar cópia do material bruto produzido, sem qualquer ônus.** Isto é justo e correto.

Entretanto, se a cópia solicitada for em mídia compatível com seu uso e destinação, a imagem requerida deverá entrar em produção, envolvendo serviços que tem um custo, e o mesmo não pode ser imposto ao fornecedor. Nesta hipótese os custos envolvidos deverão ser reembolsados pela CONTRATANTE, e é preciso incluir, ao final da 3ª linha, do inc. II, do subitem 6.15.11, a seguinte frase: "... mediante reembolso dos custos envolvidos".

6. DA HABILITAÇÃO

6.1. Subitem 7.13.3: abaixo do subitem em referência, o subitem leva o número 7.13.5, ao invés de 7.13.4. Necessário corrigir.

6.2. Subitem 7.13.5: ao final da última linha, incluir "relativamente a seus empregados/profissionais".

6.3. Subitem 7.14.2: ao final da única linha, incluir "... ou Declaração de Não Contribuinte". A Agência de Propaganda, via de regra, não está sujeita a tributos estaduais.

6.4. Subitem 7.15.1: em se tratando de prestação de serviços de publicidade, não faz sentido e tem caráter restritivo, exigir atestado comprovando o investimento real de no mínimo R\$ 13 milhões, visto que:

- a. a Agência de Propaganda não faz investimento algum: quem investe é a CONTRATANTE e mesmo assim, todo o pagamento é feito após a entrega do serviço;
- b. a exigência de atestado comprovando investimento real de, no mínimo, R\$ 13 milhões, é restritiva e impede, sem razão maior a participação da licitação, de Agências estruturadas, com alto nível de criatividade e de técnica e que não celebraram, ainda, contratos com valor estimado de execução de R\$ 13 milhões.

É condição restritiva e, portanto, deve ser afastada.

O que pesa na constatação da qualidade dos serviços publicitários prestados por uma Agência de Propaganda é a apresentação do "CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DE FUNCIONAMENTO", emitido pelo CENP, e exigido pelo art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

As Agências que possuem o "CERTIFICADO" vivem sob auditoria rigorosa do CENP.

É necessário eliminar a comprovação de investimento real de, no mínimo, R\$ 13 milhões: é restritivo. Padece de fundamento legal.

E mais: a CONTRATANTE é que faz o investimento. A CONTRATADA apenas presta parte dos serviços contratados.

7. DA ABERTURA DOS ENVELOPES E PROCEDIMENTOS

7.1. Item 8.6, alínea “a”: na única linha da alínea “a”, **após** “... das licitantes presentes...”, **incluir** “... classificadas na Proposta Técnica...”, porque só as Propostas de Preços (Envelope nº 4) delas serão abertos, nos termos do art. 11, incisos IX e X, da Lei nº 12.232/2010.

7.2. Item 8.2: há **02 (dois) itens 8.2. O segundo que se encontra após o item 8.10, deve ser alterado para “item 8.11”.**

8. DAS SANÇÕES

8.1. Subitem 11.1.4: na 1ª linha, **eliminar** “... ou a ata de registro de preços...”, porque é inaplicável a serviços de publicidade.

8.2. Subitem 11.3.1.1: há **02 (dois) subitens 11.3.1.1.** É possível conjugar os textos pois referem-se a uma mesma matéria, eliminando apenas a numeração do segundo, evitando o refazimento de toda a numeração que se segue.

8.3. Subitens 11.3.2.1, 11.3.3.4 e 11.3.4.5: **devem ser eliminados.** Não são pertinentes à prestação de serviços de publicidade por intermédio de Agência de Propaganda, de natureza intelectual, eminentemente criativa e metodológica.

9. DA CONTRATAÇÃO

9.1. Item 12.1: na 2ª linha, **após** “... (cinco) dias úteis...”, **incluir** “... contados da data da notificação...”. Não basta fixar o prazo. É necessário estabelecer a data a partir da qual ele começa a ser contado.

10. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

10.1. Subitem 13.15: a numeração está errada. **Deve ser “subitem 13.14”.**

11. ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

11.1. Aplicam-se ao Termo de Referência, todas as considerações feitas, relativas ao Edital e mais:

- a. **Subitem 7.9.1: deve ser eliminado.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada **É CÓPIA** do Plano de Comunicação Publicitária – Via **não** Identificada e, portanto, é igual a ele. Como é uma **Via Identificada**, possibilita a identificação da autoria do mesmo, como previsto no item 8.5, alíneas “b” e “c” do Edital;
- b. **Item 10.1: a Proposta Técnica deve ser apresentada em 03 (três) Envelopes:**

Envelope 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via **não** Identificada;

Envelope 2 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada; e

Envelope 3 – Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. (art. 9º, caput, da Lei nº 12.232/10)

Necessário fazer a correção não só no Termo de Referência, mas também no Edital;

- c. **Item 15.7: a CONTRATADA** não responde pelos investimentos feitos ao longo da execução do contrato: **eles são feitos pela CONTRATANTE.**

Portanto, somente a licitante que não apresentar o **ILC e o ILG superiores a 1,00, é que terá que comprovar Patrimônio Líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado para a execução do contrato.** Exigir de **TODAS** as licitantes semelhante comprovação, **é condição restritiva.**

O item 15.7 deve ter sua redação refeita, mediante **acréscimo**, ao final da 2ª linha, da frase “caso não sejam atendidos os índices mencionados no item 15.8, nos percentuais estabelecidos”.

Em decorrência, o item 15.16 deve ser eliminado;

- d. **Item 15.18:** a “justificativa” não procede. A **CONTRATADA** é proibida legalmente, de antecipar pagamentos que são devidos pela Administração. A **CONTRATANTE** paga os Fornecedores e Veículos **através** da **CONTRATADA**, mediante transferência de recursos suficientes para tanto.

Neste sentido dispõe o item 1.3 do próprio Edital:

“1.3. A agência atuará por conta e ordem da Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens Publicitárias.”

Agência de Propaganda não financia as campanhas, as ações, os projetos publicitários da CONTRATANTE. Todos os custos deles decorrentes são cobertos pela **CONTRATANTE**. Se **CONTRATANTE** não remeter o numerário suficiente para pagá-los, as Notas Fiscais ficam em aberto.

Portanto, as Agências de Propaganda devem ter boa situação econômico-financeira, o que se concretiza na apresentação dos índices ILC e ILG acima de 1,00, como qualquer empresa saudável, porém não precisa ter “capital de giro” para pagar o faturamento de terceiros, contratados – (não subcontratados) – até que a Administração disponha de numerário para tanto, porque isso não ocorre;

- e. **Item 18.9:** remete ao subitem 7.15.7, e o Termo de Referência **não tem** o mencionado subitem;
- f. **Item 19.7:** na 1ª e 2ª linhas, **ao invés de** “... às suas expensas...”, **deve ser** “...sem ônus para a **CONTRATANTE**...”. A **CONTRATADA** toma todas as providências legais para que o responsável pelos defeitos, corrija tais vícios, sem ônus para a **CONTRATANTE**, porém a **CONTRATADA** não assume as despesas com tais correções.

O Fornecedor responsável por elas é que absorve os custos havidos com elas. O mesmo ocorre no item 19.17;

- g. **Item 19.8: deve ser eliminado**, pois não se aplica à presente licitação;
- h. **Item 21.5: deve ser eliminado.** É inaplicável a serviços de publicidade, **bem como o item 21.18**, que deve ser eliminado também;
- i. **Item 22 – Critérios de Pagamento: deve ser eliminado e substituído** pelo texto da Cláusula 9ª do Anexo II – Minuta do Contrato, que é o correto;
- j. **Subitem 24.1.1: eliminar o trecho** “... além de fornecer e utilizar os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade mínimas verificadas na proposta técnica e em cumprimento ao Edital”, porque não diz respeito ao objeto da licitação;
- k. **Subitem 24.1.10: deve ser eliminado.** Não se aplica;
- l. **Subitens 24.1.19, 24.2.1 e 24.2.2: devem ser eliminados** pois não se aplicam à prestação de serviços de publicidade;
- m. **Subitens 25.6.3 e 25.6.4: eliminar** porque são inaplicáveis;
- n. **Item 26.17:** na 2ª linha, **ao invés de** “... pela Administração do **PJSC**...”, **deve ser** “... pela Administração da **ALERO**...”;

12. ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

12.1. Aplicam-se ao Anexo II todas as considerações até aqui tecidas, pertinentes e mais:

- a. **Subitem 5.1.5: ao término das disposições do** subitem em referência, **foi omitido o subitem 5.1.6.** A numeração teve seguimento com o subitem 5.1.6.1, o que dá ao texto uma continuidade sem conexão.

E o pior: o subitem 5.1.6.5 remete ao subitem 5.1.6, e ele não existe na MINUTA DO CONTRATO;

- b. **Subitem 5.1.9:** na 3ª linha há menção ao item 11.5, **porém o item 11.5 diz respeito a “SANÇÃO”,** e não à comprovação da divulgação das peças/materiais publicitários divulgados.

É necessário citar o item correto, para não confundir o licitante.

O mesmo ocorre no subitem 5.1.10 no que se refere ao item 11.4, que versa sobre **“MULTA”;**

- c. **Item 7.5:** na 1ª linha, **ao invés de “... por seus contratados...”, deve ser “... por terceiros contratados...”.** A Agência atua em nome da **CONTRATANTE**, e todas as contratações que faz, o são por **ORDEM E CONTA DA CONTRATANTE**. Logo os contratados são da **CONTRATANTE** e é por isso que eles faturam seus serviços em nome da **CONTRATANTE** e com o CNPJ dela;
- d. **Item 8.4:** na 1ª linha, **remete ao subitem 8.8.3 e a MINUTA DE CONTRATO não tem tal subitem;**
- e. **Item 8.6:** na 3ª linha, **é preciso eliminar** o trecho “... impressa pela **FENAPRO**”. A **FENAPRO** é uma Entidade Sindical de grau superior, cuja base territorial é o território nacional, e não é viável e muito menos prático, para ela, imprimir a Tabela Referencial de Custos Internos, para que as Agências de Propaganda de Estados não dotados de Sindicatos das Agências de Propaganda, possam participar de licitações;
- f. **Item 8.11:** ao final da 4ª linha, **acrescentar** “... relativamente aos empregados e profissionais que nela trabalham”;
- g. **Subitem 8.12.2:** remete às definições contidas nos subitens 6.5.3.1 a 6.5.3.4, **e eles não existem na Minuta de Contrato.**

Necessário citar os subitens corretos, porque eles definem as modalidades de remuneração;

- h. **Item 9.1, inc. II:** ao final da 1ª linha, **incluir** “... emitida em nome e com o CNPJ da **CONTRATANTE**”;

- i. **Item 9.2, inc. II, alínea “c”**: o inc. III do item 9.5, citado na 6ª linha da alínea “c”, não existe na Minuta de Contrato e, ao que consta do texto, ele se refere ao “relatório de checagem”;
- j. **Item 9.4: na 1ª linha, faz remessa à “alínea “d”, do inciso II, do item 9.2”, e a mencionada alínea “d” não existe no inciso II, do item 9.2, da Minuta de Contrato.**

O mesmo engano pode ser encontrado na 1ª linha do subitem 9.2.2;

- k. **Subitem 9.4.2**: na 1ª linha, menciona os incisos I, II e III do subitem 9.4.1, e **no subitem 9.4.1 não há o inciso II**. Apenas os incisos I, III e IV.

Necessário rever o texto do subitem 9.4.2, e nele introduzir o inciso II.

13. ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. Aplicam-se ao Anexo, todas as considerações anteriormente aplicáveis, e mais:

- a. **Item 14.3**: na 1ª linha, **ao invés de “... durante a vigência deste contrato...”, deve ser “... após a vigência deste contrato...”**. Se a utilização se der “durante a vigência do contrato”, a **CONTRATADA** não receberá sua justa remuneração.

Na 2ª linha, **eliminar “... ou fornecedores...”** porque a hipótese enquadra-se no disposto no item 14.4 da Proposta de Preços – Anexo III; e

- b. **Item 14.9**: ao final da 2ª linha, **incluir “... se prevista no orçamento conforme item 14.4, acima”**.

14. ANEXO VIII – ALÍNEA “D” – DECLARAÇÃO DE INTEGRALIDADE DOS CUSTOS

14.1. Na última linha, **após “... entrega das propostas, incluir “... relativamente aos empregados e profissionais que para ela trabalham”**.

É necessário fazer a ressalva, porque a **CONTRATADA** não é responsável pelos custos trabalhistas dos empregados/profissionais que trabalham para os fornecedores e veículos.

15. ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 0292153/2024 – ALE/SECOM/PUBLICIDADE

15.1. Aplicam-se ao ETP todas as considerações cabíveis, anteriormente feitas, e **mais**:

- a. **Subitem 8.3.7:** o item em referência **deve ser eliminado** uma vez que a **FENAPRO** é uma entidade superior e tem sua base em São Paulo, e **não em Rondônia** como consta neste subitem.

A Tabela Referencial de Preços emitida pela **FENAPRO**, **vigora apenas em Estados destituídos de sindicatos**. Se Rondônia **não tem** Sindicato das Agências de Propaganda, **não há** como exigir a autenticação da “Tabela Referencial” pelo mesmo;

- b. **Subitem 8.4.2 – Regularidade Fiscal:** na alínea “c”, ao final da última linha, **ressalvar** “ou de **NÃO CONTRIBUINTE**”, porque Agência de Propaganda **não está sujeita a tributos estaduais**. Apenas federais e municipais; e
- c. **Item 8.9 – Sustentabilidade Ambiental:** **deve ser eliminado**, pois **não se aplica** a serviços intelectuais publicitários prestados por intermédio de Agência de Propaganda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o exposto, a **FENAPRO** requer o conhecimento e provimento da presente impugnação e/ou demais pedidos de esclarecimento e retificação a fim de corrigir as irregularidades constantes do edital e seus anexos.

Nestes termos, pede deferimento.
Brasília/DF, 21 de novembro de 2024.

contato@fenapro.org.br

Assinado
D4Sign 

Marcelo Ribeiro
EXECUTIVO
FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIA DE PROPAGANDA - FENAPRO

IMPUGNAÇÃO ALERO 1 pdf

Código do documento 03179f87-2358-44c1-92b9-6db9700ebe00



Assinaturas



MARCELO LIMA RIBEIRO
contato@fenapro.org.br
Assinou



Eventos do documento

22 Nov 2024, 09:40:44

Documento 03179f87-2358-44c1-92b9-6db9700ebe00 **criado** por MARCELO LIMA RIBEIRO (795666fd-d673-47a2-a801-02c28cc24d41). Email: contato@fenapro.org.br. - DATE_ATOM: 2024-11-22T09:40:44-03:00

22 Nov 2024, 09:41:15

Assinaturas **iniciadas** por MARCELO LIMA RIBEIRO (795666fd-d673-47a2-a801-02c28cc24d41). Email: contato@fenapro.org.br. - DATE_ATOM: 2024-11-22T09:41:15-03:00

22 Nov 2024, 09:41:26

MARCELO LIMA RIBEIRO **Assinou** (795666fd-d673-47a2-a801-02c28cc24d41) - Email: contato@fenapro.org.br - IP: 179.214.126.114 (b3d67e72.virtua.com.br porta: 57978) - Documento de identificação informado: 037.462.684-78 - DATE_ATOM: 2024-11-22T09:41:26-03:00

Hash do documento original

(SHA256):1b4134baffcb11f823754d625ca2b4f0f14c7fa4e2018c48cb4d3f7ff5c5d11f

(SHA512):436af2b2ce22efebc2770084c0a7628b3a76c8b7ec28e5d671681a8b2e4cb723371044cb6d7084a55ae5f7bae028cf43e263061264affe3b353e8350e76d7183

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign