



היל





São Paulo, 23 de agosto de 2025

CONCORRÊNCIA 006/2025

CONTRATANTE UASG 290122

PROPOSTA TÉCNICA

Lua Propaganda Ltda.

CNPJ: 05.916.755/0001-54

Inscrição Estadual: Isenta

Endereço: Rua Fidêncio Ramos 195, 12º andar, Cj. 126

Bairro: Vila Olímpia

CEP: 04551-010

Cidade: São Paulo

Estado: São Paulo

A Lua Propaganda Ltda. respeitosamente apresenta proposta técnica para a prestação de serviços de comunicação institucional digital.

Atenciosamente,

Sheila de Moura Matos

Gerente Financeiro

Representante legal

RG nº 33.822.754-4

CPF nº 315.721.318-02



QUESITO 1 – ITEM 3.2.3 PROPOSTA PARA O TEMA DO EXERCÍCIO CRIATIVO

SUBQUESITO 1 – ITEM 3.2.3.1 RACIOCÍNIO BÁSICO

O Novo Centro Administrativo de São Paulo representa a modernização da gestão pública, eficiência administrativa e revitalização urbana com impacto direto na vida dos cidadãos. Para dar legitimidade a esse processo, a comunicação institucional precisa transformar dados técnicos em mensagens claras e relevantes para potencializar narrativas positivas. Em um cenário de polarização e disputas narrativas, a comunicação torna-se determinante para fortalecer a confiança pública e mobilizar o apoio social em torno do projeto.

Para isso, nossa estratégia adota abordagem proativa, capaz de antecipar crises e construir a reputação de maneira sólida. Entendemos que o desafio de engajar a sociedade em um projeto de grande porte que impacta o centro da cidade e os servidores pode gerar críticas e polarização. A comunicação deve ser ágil e eficaz, respondendo à crescente demanda por conteúdo relevante, acessível e de qualidade, e navegando por temas sensíveis e públicos variados. O desafio é mitigar a percepção de que o projeto é apenas uma obra e, em vez disso, reforçar a mensagem de que se trata de iniciativa de modernização da gestão pública e de revitalização urbana com impacto social positivo. A comunicação deve posicionar o projeto como um marco de austeridade e eficiência, alinhado aos princípios da gestão atual.

Nossa missão é traduzir os benefícios do projeto para os públicos-alvo, utilizando-o como fio condutor que une as ações governamentais ao impacto positivo na vida dos paulistas. A comunicação não será unidirecional, abriremos canais para o diálogo e a participação, garantindo que a sociedade se sinta parte da construção deste novo marco para o estado. A abordagem será multiplataforma, integrando o digital e o offline, para engajamento em tempo real nas redes sociais e para dar credibilidade e alcance massivo nos veículos de comunicação tradicionais. O desafio de comunicação vai além da divulgação de uma obra, trata-se de consolidar a imagem do Novo Centro Administrativo como símbolo de modernização da gestão pública e de revitalização urbana com impacto social positivo.

Os objetivos de comunicação se organizam em três eixos complementares: o institucional, que posiciona o projeto entre as maiores intervenções urbanas do país e reforça a austeridade e a eficiência no uso dos recursos públicos; o social, que destaca as melhorias nas condições de trabalho dos mais de 22 mil servidores e no atendimento à população, aproximando o projeto



da vida cotidiana; e o urbano-socioambiental, que evidencia os impactos positivos da revitalização do centro da capital, valorizando o patrimônio histórico, a mobilidade e a sustentabilidade como legado da atual gestão.

Nosso raciocínio básico se fundamenta na interconexão desses objetivos, construindo uma narrativa que não apenas informa, mas engaja e gera valor percebido para os públicos-alvo. A comunicação deve atuar como fio condutor desse processo, garantindo transparência sobre o cronograma e investimentos, fortalecendo a confiança social e posicionando o Novo Centro Administrativo como marco da gestão pública responsável. O desafio está em assegurar que essa narrativa se mantenha coerente ao longo dos 60 dias do exercício criativo, garantindo consistência entre lançamento, engajamento e sustentação, mesmo diante de cenários de crítica, polarização e disputa de narrativas.

A comunicação digital para o setor público exige agilidade e capacidade de adaptação em ambiente de alta concorrência por atenção. O Governo do Estado de São Paulo administra mais de 100 perfis oficiais, que juntos reúnem uma base superior a 6 milhões de seguidores, um ecossistema robusto que consolida a presença digital. Dentro desse conjunto, apenas o perfil central sp.gov.br soma atualmente 3,03 milhões de seguidores (+2,4% em 2025), conforme monitoramento do RivalIQ (ver figura 1 nos anexos).

O diagnóstico de performance mostra que, embora o volume de postagens tenha aumentado 43,5% em 2025, o engajamento total apresentou queda de 8%, com redução ainda mais significativa de 35,9% no engajamento por post (ver figura 2 nos anexos). A análise de conteúdos realizada (ver figura 3 e 4 nos anexos) demonstra a predominância de matérias sobre custos e impacto urbano, enquanto os vídeos têm maior potencial de engajamento emocional. O quadro de prós e contras (figura 3) sintetiza as percepções positivas e negativas mapeadas, servindo de insumo direto para a formulação da estratégia.

Nossa proposta se aprofunda nas tendências e novas tecnologias para maximizar esse potencial. Defendemos o uso ético e responsável da Inteligência Artificial (IA) como aliada estratégica, aplicada principalmente ao monitoramento de reputação, à análise de dados e à identificação de tendências. Dessa forma, a IA atua como suporte para ampliar a eficiência e oferecer insumos valiosos, sempre acompanhada por curadoria humana para garantir aderência à identidade institucional e às normas éticas e legais.



Além disso, reconhecemos a identidade já consolidada pela comunicação do Governo de São Paulo, marcada pelo tom institucional-informativo com nuances de urgência e proximidade. O estilo atual combina clareza técnica com linguagem acessível, alinhando-se à linha editorial de “informar para proteger, engajar e prestar contas”. Esse diagnóstico é essencial para que a comunicação do Novo Centro não parta do zero, mas evolua sobre práticas reconhecidas, adaptando-as às demandas específicas do projeto.

Propomos o uso contínuo de dados para analisar a saúde digital do projeto, identificando volume, origem e polarização das menções. Essa análise permitirá traçar estratégias para combater a desinformação e dar visibilidade aos benefícios concretos. A combinação entre análise de dados, uso estratégico da tecnologia e curadoria humana é fundamental para construir reputação, gerar confiança e engajar o público de modo significativo.

Nossa proposta se estrutura em uma linha lógica e consistente: inicia-se no diagnóstico dos desafios de comunicação, organiza os objetivos em eixos claros e desdobra, a partir deles, soluções de linguagem e formatos adequados. Essa progressão assegura que cada etapa do plano seja fundamentada e conectada, evitando dispersão e garantindo aderência ao que o edital solicita.

O método adotado privilegia a clareza: utilizamos o storytelling como estratégia para transformar dados técnicos em narrativas acessíveis, sem perder a precisão institucional. Assim, informações complexas, como cronograma de obras, orçamento e impactos sociais, são traduzidas em mensagens didáticas e compreensíveis para diferentes públicos: cidadãos, servidores, imprensa e formadores de opinião.

A lógica também se expressa na personalização das mensagens: cada público recebe a informação de maneira adaptada, mantendo consistência editorial e unidade narrativa. Essa capacidade de explicar o complexo de modo simples e engajante é central para reduzir ruídos, aumentar a compreensão e fortalecer a confiança no projeto.

Por fim, toda a estrutura da proposta converge para uma narrativa central, que funcionará como fio condutor de comunicação. Esse recurso garantirá coesão entre o diagnóstico, a estratégia e a execução, preparando o terreno para a formulação criativa a ser detalhada no próximo subquesto.



SUBQUESITO 2 – ITEM 3.2.3.2 PLANO DE AÇÃO

Estratégia de Comunicação Digital

O diagnóstico mostrou que o Novo Centro Administrativo desperta narrativas opostas. De um lado, entusiasmo pela requalificação do centro, geração de empregos e eficiência administrativa; de outro, críticas recorrentes sobre custo, mobilidade, efetividade social e destino dos prédios desocupados. Somam-se a isso os dados de performance digital, que evidenciam crescimento da audiência, mas queda no engajamento por peça, reforçando a urgência de comunicação capaz de gerar conexão real e confiança sustentada. Esses elementos indicam que a estratégia não pode ser apenas reativa, ela deve antecipar tensões, disputar narrativas e oferecer respostas claras e comparativas que reforcem a legitimidade do projeto.

Para enfrentar esse desafio, a narrativa será organizada em três eixos estratégicos que refletem diretamente os objetivos institucionais, sociais e socioambientais previstos no edital. O primeiro é o Impacto Urbano, que mostrará o centro de São Paulo como espaço renovado de convivência, mobilidade e orgulho coletivo. Para os cidadãos, a narrativa destacará a ocupação de prédios históricos, a retomada do comércio e o aumento da circulação de pessoas. Para a imprensa, serão oferecidos materiais técnicos que reforcem a credibilidade da recuperação do patrimônio. Para os poderes institucionais, o foco será a transparência em etapas, prazos e investimentos, valorizando a centralização administrativa como ganho de eficiência.

O segundo eixo é a Conexão com as Pessoas, aproximando o projeto da vida cotidiana de servidores e cidadãos. Para os mais de 22 mil servidores, a comunicação valorizará as novas condições de trabalho, reforçando o pertencimento e o orgulho institucional. Para os cidadãos, a ênfase será no atendimento mais ágil, nos ganhos da unificação das secretarias e na economia de recursos. Já para os formadores de opinião e a imprensa especializada, serão apresentados dados comparativos que sustentem o discurso de eficiência e austeridade. Esse eixo reforça que o Novo Centro Administrativo não é apenas uma reorganização física, mas um benefício direto para quem trabalha e utiliza os serviços públicos.

O terceiro eixo – Imagem de São Paulo – o projeta como estado inovador e responsável. Para os jovens e os públicos digitais, a linguagem será dinâmica e conectada a temas como tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade, priorizando os vídeos curtos e as narrativas visuais. Para os investidores e as lideranças, a comunicação destacará o projeto como modelo



de gestão pública, reforçando a credibilidade e a confiança. Esse eixo posiciona o Novo Centro Administrativo como símbolo de modernização e futuro para São Paulo.

O recurso criativo central será o tijolo translúcido, símbolo de construção coletiva e transparência, carregando palavras como emprego, segurança, oportunidade e futuro. Ele garante unidade visual e narrativa, reforçando a ideia de que cada parte da obra carrega valores que se somam em benefício da sociedade.

Para sustentar esses eixos, a comunicação será estruturada em práticas 360° integradas. O digital será o núcleo estratégico, com segmentação de públicos, campanhas pagas, influenciadores, hotsite e produção contínua de conteúdos em formatos de alto impacto, como reels, carrosséis e vídeos explicativos curtos. Esse núcleo será reforçado por mídia tradicional e urbana, TV aberta, para capilaridade estadual, rádio em horários de grande audiência, e OOH/DOOH como presença urbana, garantindo institucionalidade e alta lembrança. Streamings de música e TV serão acionados como canais complementares de retenção, especialmente entre jovens.

Além disso, a assessoria de imprensa terá papel fundamental para consolidar a narrativa institucional junto aos veículos, ampliando a credibilidade e o alcance espontâneo. Outro pilar é a comunicação voltada aos servidores do estado, que, ao compreenderem os benefícios da obra, tornam-se porta-vozes naturais e multiplicadores orgânicos da mensagem.

A estratégia prevê também gestão ativa de críticas e crises. Questões como custo, mobilidade e destino dos prédios serão tratadas com transparência e dados comparativos, por meio de posts explicativos, vídeos com especialistas e relatórios técnicos direcionados à imprensa. Esse posicionamento garante que a comunicação não apenas projete o futuro, mas também responda a preocupações legítimas da sociedade com clareza e objetividade.

Toda a execução será apoiada por monitoramento permanente, com uso de Inteligência Artificial, para análise de sentimento, detecção de fake news e acompanhamento de tendências, sempre validado por curadoria humana. Essa combinação garante agilidade na resposta a crises e consistência na construção da reputação. O tom de voz seguirá o padrão institucional-informativo já consolidado na comunicação do Governo de São Paulo, equilibrando autoridade e proximidade. Em pautas sensíveis, a linguagem assumirá nuances de urgência; em temas sociais, tom mais acolhedor. O arquétipo predominante é o do



Governante, que transmite ordem, estabilidade e liderança, com traços do Herói, inspirando progresso e confiança.

Por fim, a estratégia foi desenhada para garantir coerência narrativa ao longo do exercício criativo, acompanhando o novo cronograma. A fase de setup (primeiros 15 dias) será dedicada à preparação de peças, organização da identidade visual e governança digital. A fase de lançamento (dias 16 a 30) ativará os conteúdos-âncora, como filme manifesto, landing page e carrosséis iniciais, com foco nos eixos de Impacto Urbano e Conexão com as Pessoas. A fase de sustentação e always on (dias 31 a 60) garantirá produção contínua de conteúdos, reforço do eixo Imagem de São Paulo e da gestão ativa de crises, consolidando a narrativa institucional. Dessa forma, a proposta cumpre integralmente os objetivos do edital: dar transparência, engajar a população e posicionar o Novo Centro Administrativo como símbolo de modernização da gestão pública, eficiência e compromisso social.

O Plano de Ação foi concebido como desdobramento direto do diagnóstico e da estratégia de comunicação, estruturando uma jornada de 60 dias em três fases complementares. Essa jornada traduz em prática a lógica apresentada até aqui de primeiro apresentar a visão inspiracional do projeto e humanizar sua mensagem, depois mostrar de forma clara os benefícios práticos para cidadãos e servidores, e, por fim, explicar o funcionamento e consolidar o legado do Novo Centro Administrativo como símbolo de modernização, pertencimento e futuro.

Cada fase responde a um desafio específico do diagnóstico: a necessidade de aproximar o projeto das pessoas, a urgência de responder a críticas recorrentes e a importância de explicar como o empreendimento se estrutura na prática. As peças criativas previstas nas pranchas oficiais funcionam como etapas de uma mesma narrativa, equilibrando impacto emocional, clareza informativa e engajamento digital.

Fase 1 – Lançamento e Fundamentação (dias 1 a 15)

A primeira etapa tem como meta introduzir a campanha e apresentar o Novo Centro Administrativo como mais do que uma obra, inaugurando uma visão de futuro para São Paulo e transmitindo orgulho coletivo. O marco inicial será o filme de 60”, veiculado no YouTube e nas redes sociais, que assume tom inspiracional e emocional, traduzindo valores como oportunidade, transparência e modernização por meio do símbolo do tijolo translúcido. Em paralelo, entra no ar a landing page oficial, centralizando informações, cronograma e painel





de transparência. Para ampliar o diálogo inicial, serão publicados carrossel digital e post de opinião pública, voltados a formadores de opinião e ao público geral. Essa fase busca gerar alcance, tráfego qualificado e a primeira onda de repercussão espontânea.

Fase 2 – Engajamento e Desmistificação (dias 16 a 45)

A segunda fase tem como missão enfrentar narrativas críticas e mostrar de maneira concreta para que e para quem serve o projeto. Para isso, serão veiculados posts no LinkedIn sobre transparência, threads no Twitter/X que detalham custos, mobilidade e eficiência, e carrosséis e vídeos nativos no LinkedIn, explicando objetivamente como a obra melhora a vida de cidadãos e servidores. O TikTok “3 motivos” levará a mensagem ao público jovem em formato leve e viralizável. Para gerar impacto visual e estimular a mídia espontânea, entram ainda o Fake OOH e o Reel de Projeção, concebidos como ativações digitais de alto engajamento. Toda essa etapa reforça os benefícios práticos da obra – desde a economia de recursos até a valorização dos servidores e a revitalização do centro da capital.

Fase 3 – Projeção de Futuro e Legado (dias 46 a 60)

A última etapa consolida a narrativa do Novo Centro Administrativo como símbolo de modernização e legado. O destaque será o TikTok de previsões, produzido com Inteligência Artificial, projetando a revitalização da região central. A ação do primeiro tijolo funcionará como marco simbólico de participação coletiva. Para ampliar o engajamento, entram também story interativo e web banners, que, além de transmitirem mensagens de futuro e pertencimento, terão caráter técnico, explicando etapas da obra, prédios envolvidos e ganhos de eficiência. Essa fase consolida o sentimento positivo, com foco na confiança pública e visão de longo prazo.

O plano será acompanhado por monitoramento permanente com uso de Inteligência Artificial para análise de sentimento, detecção de fake news e acompanhamento de tendências, sempre validado por curadoria humana. Os indicadores prioritários variam por fase. Na primeira, alcance e tráfego; na segunda, engajamento e sentimento; e, na terceira, retenção de vídeo e percepção positiva. Relatórios semanais garantirão transparência e ajustes de rota.

O orçamento previsto no edital é de até R\$ 3 milhões. Contudo, a presente proposta foi estruturada de modo a garantir a execução integral da estratégia utilizando apenas R\$ 1.418.876,77, valor detalhado na planilha oficial apresentada no SUBQUESITO 4 . Essa escolha reforça o compromisso com a eficiência no uso dos recursos públicos, ao mesmo



tempo que assegura a entrega de todos os serviços exigidos, como planejamento, criação, design, monitoramento, SEO, usabilidade e manutenção digital, dentro do prazo de 60 dias

O plano também observa os preceitos de desenvolvimento sustentável, com o compromisso de adotar práticas alinhadas à Agenda 2030 da ONU. Todas as peças digitais seguem diretrizes de acessibilidade (uso de legendas, contraste adequado, descrição de imagens e navegação inclusiva). As ativações urbanas previstas utilizam recursos de baixo impacto ambiental, privilegiando energia limpa em projeções e materiais reaproveitáveis. A gestão de dados respeita a LGPD, garantindo ética e segurança. Esses elementos asseguram que a comunicação contribua para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e para a transparência socioambiental.

A campanha materializa o conceito “São Paulo à frente, sempre” em peças que unem emoção, clareza e prestação de contas. Cada entrega traduz a narrativa em formatos distintos, garantindo alcance multicanal, coesão visual e adequação a diferentes públicos. O conjunto responde diretamente ao desafio do edital: dar transparência ao projeto, engajar a população, fortalecer o senso de pertencimento e posicionar o Novo Centro Administrativo como símbolo de modernização e eficiência.

A Linha Visual do projeto traduz o conceito “São Paulo à frente, sempre” em metáforas gráficas e narrativas estéticas que reforçam a mensagem de progresso, eficiência e transparência. O símbolo central é o tijolo translúcido, elemento recorrente em diferentes peças e suportes. Ele carrega palavras-chave como eficiência, futuro, cuidado e integração, funcionando como fio condutor da identidade visual. Assim como os blocos que constroem o novo centro, cada peça comunicacional se encaixa para formar uma narrativa única e coesa.

O uso dos blocos remete à ideia de construção coletiva e gestão integrada, enquanto a transparência representa prestação de contas, clareza e confiança pública, valores centrais do edital. Essa escolha estética dialoga diretamente com a revitalização do centro de São Paulo: prédios históricos restaurados e novas estruturas modernas, que, somados, devolvem a vitalidade ao coração da cidade.

A materialização desse conceito se expressa em diferentes linguagens. No filme manifesto, o tom épico e inspirador conecta a população à visão de futuro, mostrando que o centro volta a pulsar como símbolo de orgulho paulista; nos TikToks e Reels, a linguagem digital e dinâmica aproxima os jovens, utilizando humor e previsões para desmistificar críticas e gerar

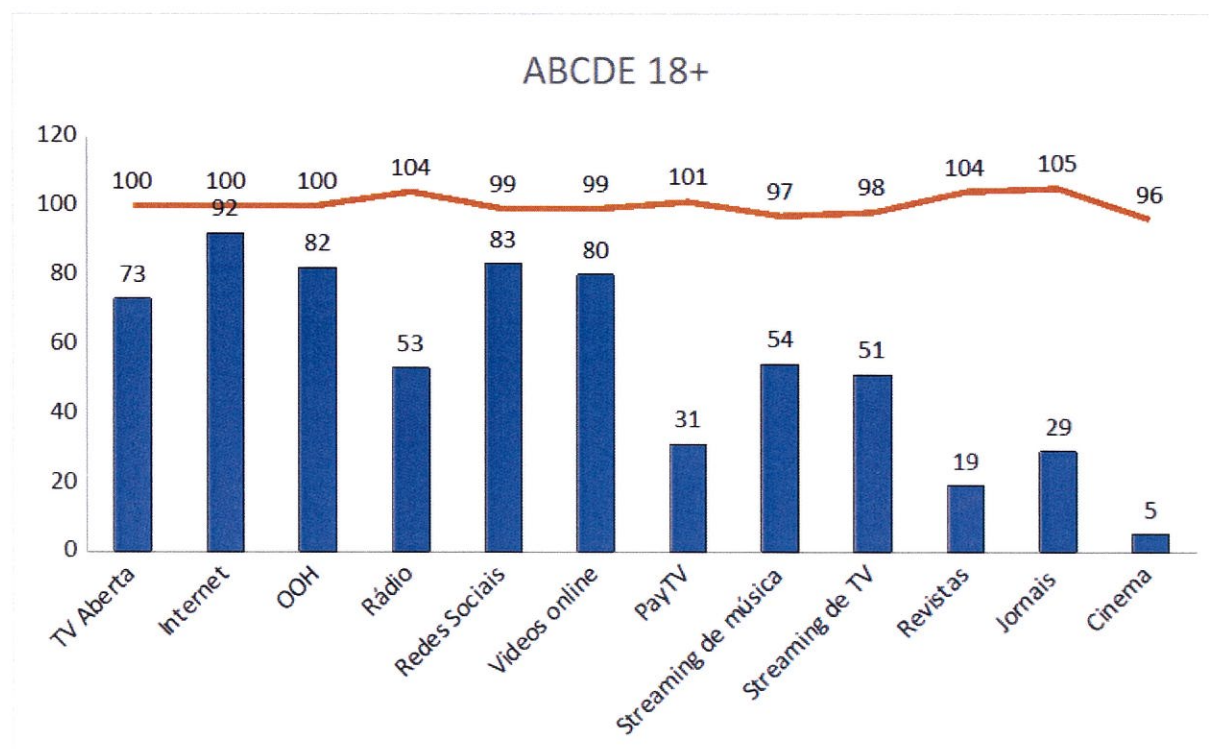


viralização positiva; já nos carrosséis e na landing page, a estética institucional limpa traduz dados técnicos em mensagens acessíveis, reforçando a transparência e a credibilidade. Nas ativações urbanas (projeções e fake OOH), o centro da cidade se transforma em tela viva, trazendo impacto sensorial e fortalecendo o sentimento de pertencimento coletivo.

Essa coesão estética garante que, independentemente do canal ou do público, cada entrega seja reconhecida como parte da mesma narrativa. O conceito, o visual e a mensagem se retroalimentam, assegurando clareza, impacto e unidade. O resultado é uma campanha que não apenas comunica, mas tangibiliza de maneira visual e simbólica a promessa de que São Paulo segue à frente, sempre.

O Plano de Mídia 360° organiza os canais de forma integrada, garantindo que cada peça criativa alcance o público-alvo com eficiência. A escolha dos meios está orientada por dados de consumo da população geral do estado de São Paulo (18+, classes ABCDE), conforme estudo do TGI Kantar Ibope (figura 5).

Figura 5



Fonte: Target Group Index (TGI) da Kantar Ibope, base TG BR 2023 R4 – Pessoas, praça São Paulo.



Esses dados demonstram que, para atingir amplitude, frequência e legitimidade, é necessário combinar protagonismo digital com reforço em meios tradicionais e urbanos.

O digital será o núcleo estratégico, responsável pelo alcance segmentado, engajamento e combate à desinformação, com foco em vídeos de alto impacto no YouTube, no TikTok, no Instagram e no Facebook, além de campanhas programáticas e portais online para ampliar a capilaridade. O OOH/DOOH assegura presença urbana nos principais fluxos da capital e reforça a institucionalidade, conectando a mensagem à revitalização do centro. A TV aberta, em voo curto de 10 dias, dará capilaridade estadual e legitimidade institucional, enquanto o rádio, em horários de grande audiência, reforçará a proximidade popular. Como canais complementares, streamings de música e TV serão acionados para ampliar a retenção, especialmente entre públicos jovens.

Além disso, a estratégia de mídia será potencializada pela assessoria de imprensa ativa, consolidando a narrativa junto a veículos e garantindo cobertura espontânea, e pela comunicação voltada aos servidores estaduais, transformando-os em multiplicadores orgânicos da mensagem e fortalecendo o pertencimento institucional.

Essa combinação de meios, guiada por dados de consumo da população paulista, garante cobertura ampla, frequência adequada e engajamento qualificado, consolidando o Novo Centro Administrativo como símbolo de modernidade, eficiência e legado coletivo.

A distribuição orçamentária acompanha essa lógica, priorizando o digital como núcleo estratégico e reservando cotas proporcionais para OOH/DOOH, TV, rádio, imprensa e comunicação interna, conforme detalhado no orçamento.

Para execução deste projeto, toda a produção de conteúdo é assegurada pelo planejamento, gestão e criação de peças para mídias sociais, executadas por equipes em diferentes níveis de complexidade (júnior, pleno e sênior), o que garante tanto o volume quanto a qualidade necessária para as entregas. O design gráfico, igualmente estruturado em níveis júnior, pleno e sênior, atende às demandas visuais do plano, como carrosséis, banners, filmes, landing pages e ativações digitais. O monitoramento de temas de interesse do Governo do Estado, com capacidade para até dois milhões de menções mensais, é associado a análises de dados diárias, semanais e mensais, incluindo relatórios específicos para órgãos estratégicos. A isso se soma o mapeamento de influenciadores digitais, ampliando a capacidade de reverberação orgânica das mensagens.



Na frente tecnológica, o escopo contempla arquitetura de sites, hotsites e portais, acompanhada de projeto editorial, escopo funcional e escopo técnico em TI. Estão previstos ainda serviços de SEO, análise de tráfego e usabilidade, voltados à otimização da presença digital e à experiência do usuário. Por fim, a manutenção de sites e portais, com previsão de 600 horas, sustenta a continuidade, a atualização e a estabilidade dos ambientes digitais. Essa composição assegura a entrega de todos os produtos estratégicos dentro do prazo de 60 dias, com plena aderência ao edital e alinhamento às necessidades do Governo do Estado.

A equipe proposta possui experiência comprovada em comunicação digital para o setor público, atendendo plenamente ao item 3.1.2 do edital. Os profissionais são distribuídos em diferentes níveis de complexidade (júnior, pleno, sênior e máster), propiciando equilíbrio entre capacidade técnica, governança e volume de produção. A liderança é exercida por perfis de altíssima complexidade, responsáveis pela coordenação estratégica, enquanto plenos e juniores garantem execução em escala. O histórico de atuação em diagnósticos digitais, gestão de redes sociais e projetos de governo reforça a capacidade de entrega da equipe.

O Núcleo de Monitoramento e Dados conta com BI especialista em monitoramento de grande volume de menções, dois analistas para relatórios diários, semanais e mensais, além de um responsável pelo mapa de influenciadores, garantindo inteligência digital, análise de sentimento e apoio a ajustes estratégicos em tempo real. Já o Núcleo de Produto Digital e Performance reúne profissionais dedicados à arquitetura, ao projeto editorial, aos escopos funcional e técnico, ao SEO, à análise de tráfego e à manutenção de sites e portais, favorecendo a robustez da infraestrutura digital e a otimização de usabilidade.

Essa configuração reflete a proporcionalidade entre governança, criação, monitoramento e sustentação técnica, resultando em uma equipe plenamente capaz de executar as ações previstas no prazo estabelecido, com especialização comprovada e capacidade de entrega em alta escala.





SUBQUESITO 3 – ITEM 3.2.3.2 C) RELAÇÃO DE PEÇAS A SEREM PRODUZIDAS

Tabela 1

Canal	Formato / Peça	Qtde (45 dias)	Frequência / Quando	Editoria / Tema	Função Tática	Público
Instagram	Posts estáticos	7	1 a cada 6 dias (ao longo das 3 fases)	Benefícios sociais, Sustentabilidade, Revitalização urbana	Engajamento leve + fixar atributos visuais	População geral, cidadãos
Instagram	Carrosséis	3	1 a cada 15 dias (início, meio e fim)	Dados/Transparência, Servidores	Esclarecimento gráfico e visual	Servidores, formadores de opinião
Instagram	Stories recorrentes	9	2 por semana (durante sustentação e always on)	Bastidores, trends leves	Proximidade + rotina	Seguidores digitais, juventudes conectadas
Instagram	Story especial (livro de colorir)	1	Fase 3 (futuro e legado)	Educação / Futuro	Participação lúdica + engajamento familiar	Famílias, crianças, cidadãos
Instagram	Reels (Influenciador, Previsões, Projeção, Fake OOH)	4	1 por semana (nas fases 2 e 3)	Institucional + Viralização	Alcance + reconhecimento	Jovens digitais, população urbana conectada
Facebook	Posts estáticos	7	1 a cada 6 dias (ao longo das 3 fases)	Benefícios sociais, Revitalização, Transparência	Alcance popular + credibilidade	População geral, classes populares
Facebook	Carrosséis	3	1 a cada 15 dias (nas fases 2 e 3)	Dados/Transparência, Servidores	Esclarecimento detalhado	Servidores, cidadãos interessados
Facebook	Stories recorrentes	6	1 por semana (sustentação)	Curiosidades, informações rápidas	Manutenção de presença	Seguidores, população em geral
Facebook	Story especial (livro de colorir adaptado)	1	Fase 3 (legado)	Educação / Futuro	Engajamento familiar, cívico	Famílias, crianças
TikTok	Trends originais	4	1 por semana (principalmente nas fases 2 e 3)	Institucional + Engajamento jovem	Viralização rápida	Juventudes digitais, público jovem
LinkedIn	Carrosséis	6	1 por semana (toda campanha)	Eficiência, Gestão, Servidores	Institucional + reputação	Formadores de opinião, gestores públicos
LinkedIn	Artigos / posts longos	2	1 em cada fase (lançamento e sustentação)	Sustentabilidade, Modernização	Construção de autoridade	Líderes institucionais, empresários
Twitter (X)	Threads	2	1 na fase 2 (custos/mobilidade), 1 na fase 3 (futuro/legado)	Transparência + Dados	Relacionamento com imprensa	Imprensa, formadores de opinião



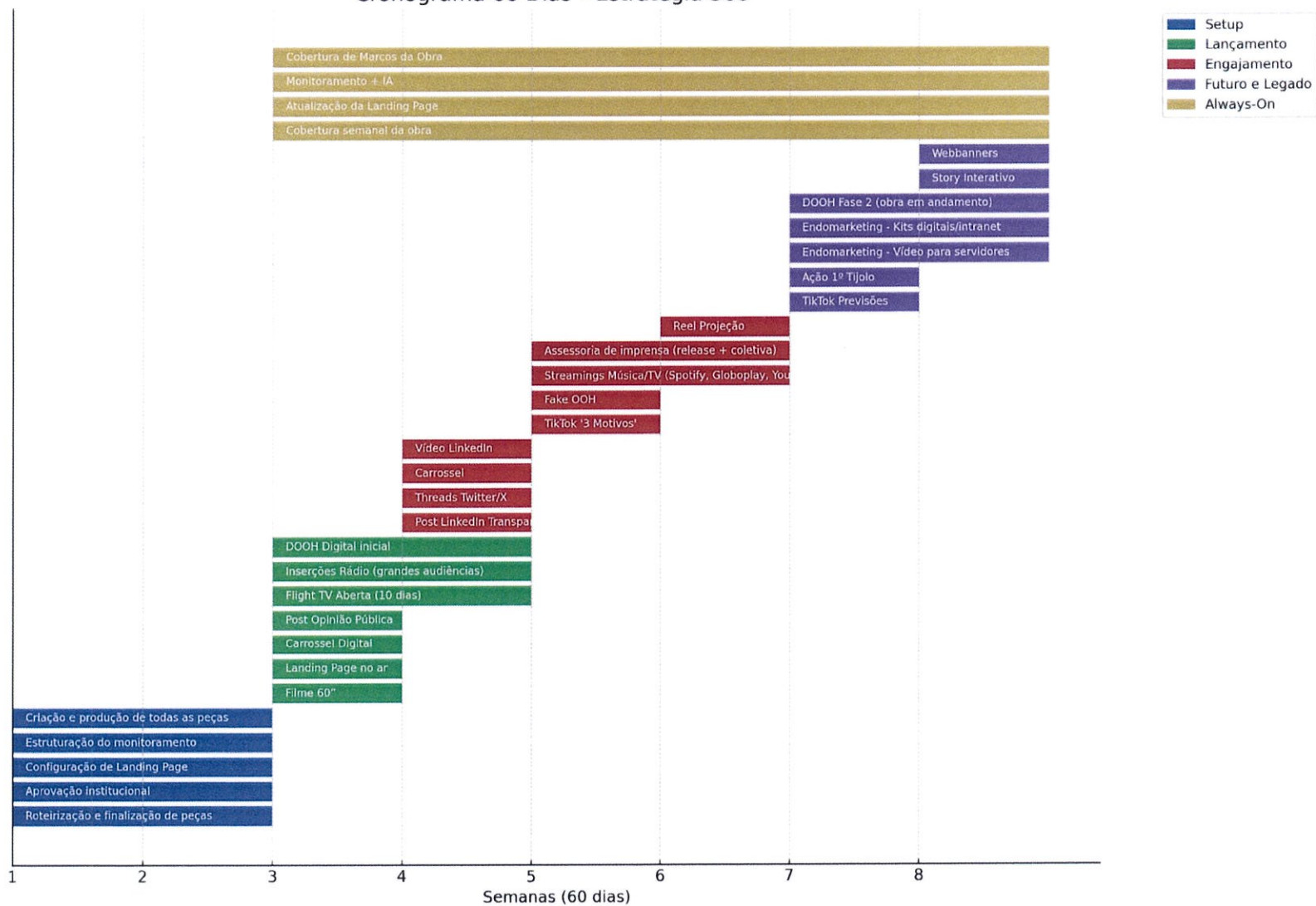
YouTube	Filme manifesto (60")	1	Fase 1 (lançamento)	Institucional	Atração + sensibilização	População geral, imprensa
YouTube	Reduções (30", 15", bumper)	3	Junto ao lançamento e reforço nas fases 2 e 3	Institucional	Reforço + lembrança	População geral
YouTube	Websérie (3 episódios)	3	1 em cada fase (1 = benefícios gerais, 2 = servidores, 3 = revitalização)	Storytelling	Profundidade narrativa	Servidores, cidadãos, opinião pública
Institucional	Landing Page	1	Lançamento (fase 1) + atualização contínua	Conteúdo institucional	Conversão + centralização	Cidadãos, servidores, imprensa
Institucional	Web Banner	1	Durante fases 2 e 3 (direcionando ao hotsite)	Call to action p/ LP	Direcionamento	População geral, formadores de opinião
Institucional	Animação explicativa (mapa/PPP)	1	Sustentação (fase 3, técnico/didático)	Técnica / Didática	Esclarecimento técnico	Imprensa especializada, gestores, servidores

SUBQUESITO 4 – ITEM 3.2.3.2 D) CRONOGRAMA DAS AÇÕES

Figura 6 apresentada na próxima página


14

Cronograma 60 Dias - Estratégia 360°



SUBQUESTITO 5 – ITEM 3.2.3.3 IDEIA CRIATIVA
1 - Filme 60 - Lançamento (YouTube e redes)



Trilha épica e emotiva, crescente.

Abrimos o filme com close nos olhos de uma mulher que refletem o centro de São Paulo.



Câmera vai abrindo e vê uma pessoa na janela de um prédio no centro.

Ela observa a cidade de dentro para fora.



Ruas cheias, prédios antigos, movimento cotidiano.



De repente, começa a notar: pessoas passando com tijolos translúcidos nas mãos.

Cada tijolo traz uma palavra gravada.

Primeiro aparecem: **OPORTUNIDADE. EMPREGO. SEGURANÇA.**



Depois: **RENOVAÇÃO. CORAGEM. CUIDADO.**

Logo aparecem mais: **VISÃO. TRANSPARÊNCIA. TRANSFORMAÇÃO.**

A câmera acompanha o olhar da personagem.

Quanto mais ela olha, mais tijolos surgem, em todas as direções.



Até caminhões com blocos translúcidos circulam pelas ruas.

É como se a cidade inteira se movesse junta, envolvida nessa construção.

Loc: **Quando escolhemos olhar para o futuro, vemos transformação.**

À frente com o maior projeto de gestão integrada de um governo estadual.



As pessoas começam a encaixar os tijolos. As paredes translúcidas crescem.

Nos reflexos, aparecem croquis do Novo Centro Administrativo.

Lettering: Novo Centro Administrativo de São Paulo



Loc: **Um novo centro, moderno e revitalizado, para unir mais de 20 órgãos públicos. 30 mil pessoas trabalhando juntas. Com menos custos. Mais integração. Melhor capacidade para servir São Paulo.**

Lettering: 20 órgãos públicos reunidos

30 mil pessoas trabalhando juntas

Menos custo, mais integração



Do alto, vemos um projeto 3D em construção tomando forma no centro da capital.

O olhar da personagem mostra um semblante de alegria ao ver o prédio 3D.



Outras palavras vão sendo destacadas em meio a essa construção.

INTEGRAÇÃO. INOVAÇÃO. EFICIÊNCIA. CUIDADO. FUTURO.

Loc: **À frente com um marco de coragem.**

Um símbolo de visão.

Um grande passo para o nosso futuro.



Volta para uma navegação 3D por dentro do empreendimento.

Loc: **Novo Centro Administrativo. São Paulo à frente, sempre.**

Volta para a personagem do começo do filme.

Na janela de seu apartamento, feliz, sorrindo, olhando para o horizonte.



Entra assinatura com logo e slogan sobre a imagem.

Governo de São Paulo. São Paulo são todos.

Handwritten signatures and marks.

2 - Landing Page.-peça apresentada no pen drive anexo



POR QUE CENTRALIZAR



CENTRAL DE NOTÍCIA



CONHEÇA O CAMINHO DO CIDADÃO

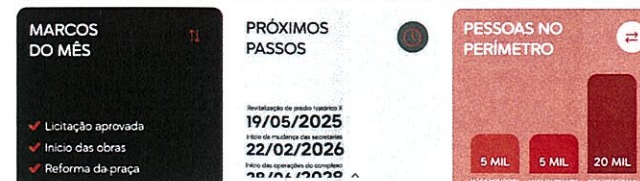


FAQ - "PERGUNTAS DIFÍCEIS"

- 01 POR QUE CONSTRUIR?
- 02 COMO ECONOMIZA?
- 03 O QUE MUDA PARA MIM?



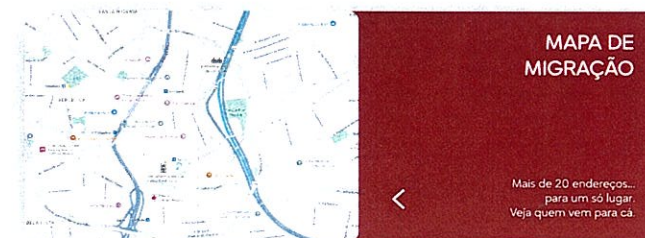
POR QUE CENTRALIZAR



CENTRAL DE NOTÍCIA



CONHEÇA O CAMINHO DO CIDADÃO



FAQ - "PERGUNTAS DIFÍCEIS"

- 01 POR QUE CONSTRUIR?
Organizar para servir melhor, menos custo, mais agilidade e transparência.
- 02 COMO ECONOMIZA?
Concentração de operações reduz despesas fixas e manutenção.
- 03 O QUE MUDA PARA MIM?
Atendimento centralizado, menos idas, menos filas, mais resultado.



3 - Carrossel Blocos



4 - Web Banner



5 - TikTok Influenciador

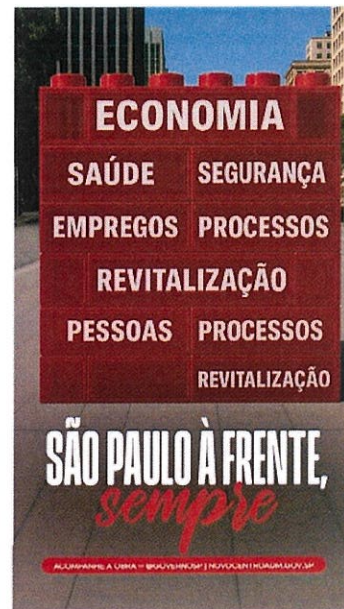
Rua Fidêncio Ramos 195, 12º andar cj 126, São Paulo-SP – www.lua.ag



Vemos um influenciador em selfie no centro de São Paulo.
Lettering: 3 BLOCOS EM 30 SEGUNDOS.
LOC (apres.): Trinta segundos.
Três destaques sobre o Novo Centro Administrativo de SP. Bora?



O apresentador mostra um bloco com a palavra ECONOMIA bem grande. Ao virar o outro lado, tem 3 palavras: SAÚDE, EDUCAÇÃO, SEGURANÇA.
Lettering: Economia que vira serviço.
LOC: Primeiro: menos custos de estrutura. O que se economiza em aluguel e manutenção vira serviço em saúde, educação e segurança. Depois o apresentador conecta 2 blocos: PESSOAS + PROCESSOS.
Letterings: + de 20 órgãos
30 mil pessoas juntas
LOC: Segundo: integração de verdade. Mais de 20 órgãos e 30 mil pessoas trabalhando no mesmo endereço. Processos conversam e a decisão chega mais rápido.



Corta para bloco com o texto REVITALIZAÇÃO.
Letterings: Mais gente nas ruas
Comércio mais forte
LOC: Terceiro: revitalizar o centro. Mais pessoas circulando, comércio mais forte e valorização do entorno, com cuidado especial numa região histórica que volta a ser de todos. No final, a parede de blocos se completa, surge NOVO CENTRO ADMINISTRATIVO.
Letterings: São Paulo à frente, sempre.
Acompanhe a obra — @governosp | novocentroadm.gov.sp
LOC: Novo Centro Administrativo é visão e construção de futuro! São Paulo à frente, sempre.

LU

6 Carrossel LinkedIn

CONSTRUINDO O FUTURO DE SÃO PAULO

Rique por dentro do Novo Centro Administrativo do Governo. A maior intervenção urbana da América Latina.

Estamos construindo um novo jeito de servir. Bloco a bloco, a gestão do Governo de São Paulo se reorganiza. O Novo Centro Administrativo integra +20 órgãos e 30 mil servidores, corta custos e simplifica o atendimento com a revitalização no entorno da Praça Princesa Isabel e dados abertos no painel. Inovação que vira serviço. São Paulo à frente, sempre.

TRANSFORMAÇÃO

MAIS QUE UMA OBRA, UMA VISÃO TRANSFORMADORA

- Construção
- Reforma
- Revitalização
- Palácio dos Campos Elíseos e tudo a sua volta

INTEGRAÇÃO À FRENTE

- ✓ 30 mil servidores, 1 endereço
- ✓ +40 prédios integrados
- ✓ Menos custo estrutural
- ✓ Decisões mais rápidas

SOLUÇÃO PARA VELHOS PROBLEMAS

- Praça Princesa Isabel mais ativa
- Comércio aquecido
- Grande fluxo de pessoas
- Segurança pública
- Valorização imobiliária

TRANSPARÊNCIA EM TEMPO REAL NO SITE NOVOCENTROADM.GOV.BR

Dashboard da obra | Economômetro | Tour virtual | Cronograma público | Fiscalização fácil e acessível

SÃO PAULO À FRENTE, sempre

EMPREGOS

SÃO PAULO GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO SÃO PAULO

7 - Fake OOH

O fake out of home é uma falsa ativação outdoor dentro das mídias sociais.

Um vídeo para reels, shorts e TikTok com forte poder de engajamento e viralização.

Começa com plano geral do centro de São Paulo.

Do ponto de vista de uma pessoa no banco do passageiro de um carro.

Lettering: **Centro de São Paulo**

A câmera tenta focar um caminhão à frente carregado de blocos translúcidos escrito EMPREGO.

O usuário ajeita o celular para filmar melhor. O caminhão entra rumo à praça; pessoas olham, apontam.

Lettering: **Espaço para 30 mil servidores trabalharem juntos pelo estado.**

Termina com assinatura de campanha.



lua

8 - Reel Projeção

Projeções dos tijolos (ícones da campanha) em prédios de São Paulo anunciam o futuro. As imagens viram teaser nas ruas e reels no Instagram do Governo.

Vídeo reel começa com plano geral noturno do Centro de SP. Fachadas históricas em meia-luz. Grid de projeção escancia a arquitetura.

Lettering: **Centro de São Paulo**

A projeção nos prédios começa: blocos se encaixam nas fachadas.

Letterings nos blocos:

OPORTUNIDADE • EMPREGO

Mais blocos surgem. Um por um.

Letterings: **SEGURANÇA • RENOVAÇÃO**

CORAGEM • CUIDADO • VISÃO •

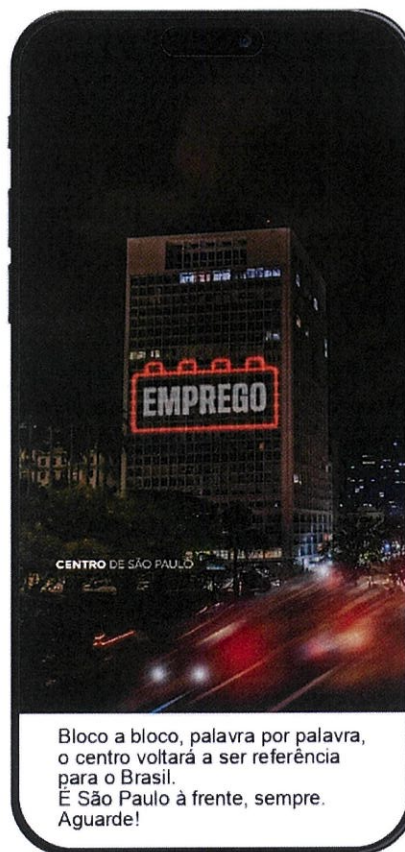
TRANSPARÊNCIA • TRANSFORMAÇÃO

Blocos desaparecem. Surge o teaser:

Lettering: **Um grande marco para o nosso futuro está em construção.**

Troca final:

Lettering: **Descubra amanhã no Insta do Governo de São Paulo @governosp**



9 - TikTok Previsões

Um vídeo para TikTok, com cenas geradas com IA, estilo VEO 3, para falar sobre como o Novo Centro Administrativo de São Paulo é o futuro do estado.

Em um depósito de obras, temos engenheiro, com capacete, colete e EPI, olhando fixamente para um tijolo translúcido vermelho colocado sobre a mesa. Um tijolo icônico como os de toda a campanha. Ele passa as mãos por cima e observa que o tijolo começa a fazer revelações do futuro para ele, como se fosse uma bola de cristal. É como se ele fosse um engenheiro-guru. E ele começa a falar do futuro.

Engenheiro:

Shhhh... O tijolo tá me mostrando! Vejo o futuro sendo construído em São Paulo.

Transformação. Integração. Estou vendo um prédio. Um não, muitos prédios.

Alguns antigos, mas restaurados... Outros novos, modernos... Todos no centro da capital...

Olha que incrível: a região toda recuperada.

Prevejo ruas cheias, comércio forte, mais segurança no ar.

É o Novo Centro Administrativo do Governo do Estado.

Os órgãos públicos reunidos. Mais de 30 mil servidores trabalhando lado a lado.

Que revelação: os serviços mais integrados e eficientes. Mais econômicos.

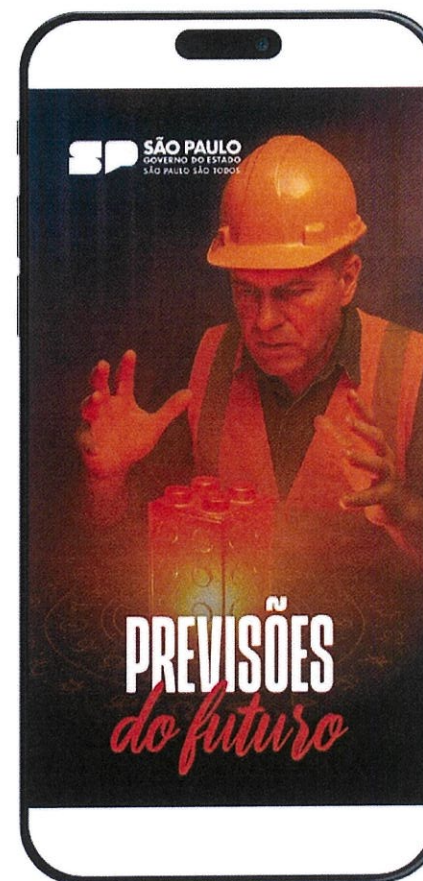
O tijolo não mente: é coisa grande... muito grande.

O maior projeto de integração de governo da América Latina.

Tudo se encaixando. Visão. Planejamento. Futuro. Pode se preparar para um estado melhor!

Novo Centro Administrativo. São Paulo à frente, sempre.

No final, só aparece um lettering + logo. Conheça o projeto: novocentroadm.gov.sp
Governo de São Paulo. São Paulo são todos.



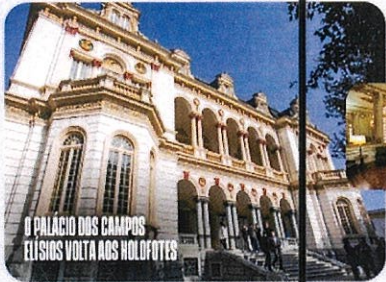
10 - Threads



www

11 - Carrossel

ELE, QUE JÁ FOI
PROTAGONISTA NO GOVERNO,
VAI VOLTAR A BRILHAR!



O PALÁCIO DOS CAMPOS
ELÍSIOS VOLTA NOS HOLOFOTES

ELE JÁ FOI PALCO
DE GRANDES
DECISÕES

- ARQUITETURA QUE MARCA
- SEDE DO GOVERNO DO ESTADO
DE SP EM 1910



O PROTAGONISTA
DO NOVO CENTRO
ADMINISTRATIVO



* Restauração do Palácio
* Integração ao maior complexo da América Latina

O Palácio que fez história volta a ser protagonista, restaurado e integrado ao Novo Centro Administrativo. Bloco a bloco, o centro ganha vida: serviços perto, comércio forte e patrimônio cuidado. Um endereço único e cheio de história para todas as secretarias do Governo do Estado, agilizando decisões com transparência e gestão integrada. São Paulo a frente, sempre.

TODO O SEU ENTORNO TAMBÉM VOLTA A BRILHAR



Restauração da Praça
Princesa Isabel



Comércio
aquecido

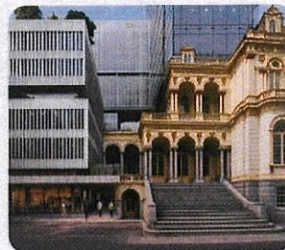


Fluxo de
38 mil pessoas



Patrimônio
bem cuidado

PASSADO E FUTURO NO MESMO ENDEREÇO



NOVO CENTRO ADMINISTRATIVO

SÃO PAULO À FRENTE,
sempre

ACOMPANHE A OBRA

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO SÃO PAULO

12 - Story Integração

Story simula um tour virtual pelo projeto do Novo Centro Administrativo de São Paulo. Texto com locução de Inteligência Artificial e legendas no centro do vídeo.

Locução em IA:

Você está visitando o futuro.

Aqui, no Novo Centro Administrativo de São Paulo, a integração move tudo.

Vamos reunir mais de 20 órgãos públicos, hoje espalhados por mais de 40 prédios, em um único endereço.

A centralização economiza milhões em aluguel e manutenção, e essa economia vira serviço. Com 30 mil servidores trabalhando juntos, as decisões chegam mais rápido e o atendimento fica simples e centralizado: menos idas e filas, mais resultado.

E o centro de São Paulo volta a brilhar: patrimônio restaurado, comércio vivo, presença e segurança.

São Paulo à frente, sempre.

Lettering:

Novo Centro Administrativo de São Paulo

São Paulo à frente, sempre.

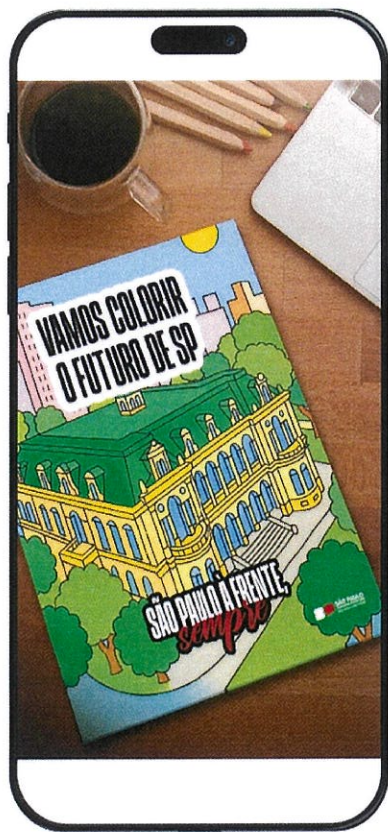
Assina com logo: Governo de São Paulo.

São Paulo são todos.



lua

13 - Stories trend de livro de colorir



SP



SUBQUESTO 4 – ITEM 3.2.3.4 COMPOSIÇÃO DOS PRODUTOS/SERVIÇOS E CUSTO

TABELA GERAL DOS SERVIÇOS - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DIGITAL								
ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	CATSER	CONTA BILIZA	QUANTIDADE ESTIMADA MENSAL	QUANTIDADE PARA 2 MESES	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	GERÊNCIA, PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL - Alta Complexidade (Sênior)	Profissional com perfil de Alta Complexidade (Sênior)	15601	63711	1 (um) profissional com perfil correspondente	2	R\$ 40.210,88	R\$ 80.421,76
		Profissional com perfil de Altíssima Complexidade (Master)	15601	63711	1 (um) profissional com perfil correspondente	2	R\$ 52.909,28	R\$ 105.818,56
2	DIAGNÓSTICO, MATRIZ ESTRATÉGICA E PLANO DE AÇÕES PARA PLATAFORMAS DIGITAIS	Produto - Baixa Complexidade (até 5 plataformas)	15601	63711	Não se aplica	1	R\$ 16.296,88	R\$ 16.296,88
3	DIAGNÓSTICO DE SAÚDE DIGITAL DE MARCA, PROJETO OU TEMA	Produto (Conforme Demanda)	15601	63711	Não se aplica	2	R\$ 29.823,49	R\$ 59.646,98
4	PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS DO ÓRGÃO	Prestação de serviço por profissional com perfil de Baixa complexidade (júnior)	15601	63711	3 (cinco) profissionais com o perfil correspondente	6	R\$ 11.587,50	R\$ 69.525,00
		Prestação de serviço por Profissional com perfil de Média Complexidade (Pleno)	15601	63711	4 (oito) profissionais com o perfil correspondente	8	R\$ 15.759,50	R\$ 126.076,00
		Prestação de serviço - Profissional com perfil de Alta Complexidade (Sênior)	15601	63711	3 (cinco) profissionais com o perfil correspondente	6	R\$ 22.522,80	R\$ 135.136,80



5	DESIGN GRÁFICO	Prestação de serviço - designer Baixa Complexidade (Júnior)	15601	63711	2 (dois) profissionais com o perfil correspondente	4	R\$ 9.955,34	R\$ 39.821,36
		Prestação de serviço - designer Média Complexidade (Pleno)	15601	63711	4 (quatro) profissionais com o perfil correspondente	6	R\$ 12.501,88	R\$ 75.011,28
		Prestação de serviço - designer Alta Complexidade (Sênior)	15601	63711	2 (dois) profissionais com o perfil correspondente	4	R\$ 16.046,25	R\$ 64.185,00
6	MONITORAMENTO DOS TEMAS DE INTERESSE DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO	Produto - Alta Complexidade (de 1 milhão a 2 milhões de menções/mês) Obs: caso o número de menções ultrapasse 2 milhões no mês, o produto contratado a ser considerado é o de Altíssima	15601	63711	1 (Continuado mensal)	2	R\$ 71.519,92	R\$ 143.039,84
7	ANÁLISE DE DADOS DIÁRIA E MENSAL	Produto continuado mensal	15601	63711	1 (continuado mensal)	2	R\$ 65.753,50	R\$ 131.507,00
8	ANÁLISE DE DADOS PARA ÓRGÃOS ESPECÍFICOS (SEMANAL E MENSAL)	Produto - conforme demanda	15601	63711	Não se aplica	2	R\$ 49.500,00	R\$ 99.000,00
9	MAPA DE INFLUENCIADORES DIGITAIS	Baixíssima - 5 a 20 influenciadores (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	1	R\$ 14.985,03	R\$ 14.985,03
10	ARQUITETURA DE SITES, HOSTSITES E/OU PORTAIS	Produto - Baixa Complexidade - arquitetura de informação de 1º nível (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	1	R\$ 26.781,93	R\$ 26.781,93



11	PROJETO EDITORIAL DE SITES, HOSTSITES E/OU PORTAIS	Produto - conforme demanda	15601	63711	Não se aplica	1	R\$ 17.694,06	R\$ 17.694,06
12	ESCOPO FUNCIONAL DE SITES, HOSTSITES E/OU PORTAIS	Produto - Baixa Complexidade - de 1 (um) até 5 (cinco) processos de negócio (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	1	R\$ 20.491,91	R\$ 20.491,91
13	ESCOPO TÉCNICO DE TI DE SITES, HOSTSITES E/OU PORTAIS	Prestação de serviços - em horas (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	120	R\$ 142,50	R\$ 17.100,00
14	SEO - Search Engine Optimization	Produto (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	2	R\$ 16.186,40	R\$ 32.372,80
15	ANÁLISE DE TRÁFEGO DE REDE E USABILIDADE	Produto (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	2	R\$ 29.232,29	R\$ 58.464,58
16	MANUTENÇÃO DE SITES, HOSTSITES E/OU PORTAIS	Produto (conforme demanda)	15601	63711	Não se aplica	600	R\$ 142,50	R\$ 85.500,00

Valor total R\$ 1.418.876,77

Concluimos, assim, a apresentação da Agência Lua para o Exercício Criativo, desenvolvida em plena consonância com o briefing e em atendimento rigoroso às exigências do edital. Cada etapa foi construída a partir de um diagnóstico preciso, apoiada em estratégia sólida e na aplicação das melhores práticas da comunicação digital contemporânea, aliando criatividade, transparência e eficiência. O resultado é uma solução que vai além do cumprimento dos requisitos formais, oferecendo uma visão integrada, inovadora e responsável da comunicação pública, capaz de engajar cidadãos, servidores e formadores de opinião em torno de um dos mais relevantes projetos institucionais do país.



QUESITO 2 – ITEM 3.3 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADES ESPECÍFICOS DA EQUIPE

A Lua Propaganda

Quem somos

A agência Lua é reconhecida pela sólida trajetória de mais de 20 anos de atuação no mercado, com ampla experiência no atendimento de clientes do setor público. Com expertise em desenvolver estratégias personalizadas, além de campanhas e soluções de comunicação digital que atendem às complexas demandas do serviço público, a Lua já colaborou com diversas prefeituras, governos estaduais e órgãos federais, fornecendo soluções de comunicação eficazes e de alto impacto.

Ao longo dessas duas décadas, a agência se destacou pela abordagem inovadora e comprometida, criando projetos que não só comunicam, mas também engajam a população e fortalecem a imagem das entidades públicas. A equipe da Lua combina criatividade, planejamento estratégico e profundo conhecimento das normas e especificidades do setor público para criar campanhas e formas inovadoras de comunicação digital que respeitam os valores institucionais e, ao mesmo tempo, se conectam de forma autêntica com a sociedade.

Essa experiência abrangente faz da Lua uma parceira confiável para governos e instituições que buscam serviço de comunicação digital completo e de alta qualidade, capaz de traduzir políticas públicas em mensagens claras, soluções acessíveis e impactantes.

A Lua é a agência brasileira mais premiada do The Napolitan Victory Awards, em Washington D.C., considerado o Oscar da política. A agência recebeu 15 nomeações em 2023. Além disso, foram 19 nomeações no Reed Latino Awards, no México, reconhecido como o principal prêmio de comunicação política da América Latina. Em 2025, conquistamos os prêmios de Melhor Mídia Impressa, Melhor Filme de TV Latino-Americano e Melhor Slogan de



Campanha no Reed Awards. Também fomos reconhecidos no Pollie Awards 2025, considerado o Oscar do marketing político, com bronze na categoria Filme e ouro em Anúncio. Essas premiações internacionais atestam nossa excelência e expertise em estratégias de comunicação para clientes de interesse público.

Somos desbravadores. Desafiamos a gravidade das ideias convencionais. Uma agência que expande horizontes e explora novas descobertas.

Nossas mentes orbitam a inovação, a originalidade e o comprometimento em fazer comunicação que impacta, convence e vende, com tecnologia, dados, influência, relevância e criatividade que colocam qualquer foguete em propulsão.

Aqui o sucesso da sua marca está no centro das nossas missões. Porque a luz da Lua é o reflexo dos resultados dos nossos clientes.

Vamos decolar juntos?



SUBQUESITO 1 – ITEM 3.3 QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE DE PROFISSIONAIS

A Lua está presente nos estados de São Paulo e do Paraná, em escritórios com estruturas completas e equipes experientes, para proporcionar atendimento integral, comprometido com o resultado dos nossos clientes. Atualmente, possuímos mais de 65 profissionais nas áreas de atendimento, digital, redação de conteúdo online, produção (incluindo videomakers e fotógrafos), estratégia e planejamento, mídia (online e offline), checking, faturamento, produção gráfica, operações e financeiro.

Apresentamos, a seguir, alguns dos profissionais que fazem parte do quadro de colaboradores da agência e que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato para atender a Secretaria de Estado de Comunicação Social de São Paulo.

Vale ressaltar que os colaboradores listados possuem grande experiência e estarão em constante treinamento para o melhor desempenho de cada função.

A Lua Propaganda ATESTA a formação técnica/acadêmica e a comprovação de experiência na área de atuação, conforme detalhamento a seguir.

NOME	COMPLEXIDADE	PERFIL	FORMAÇÃO	TEMPO DE EXPERIÊNCIA
Paulo Guilherme Oliveira	Alta	Profissional de Comunicação Sênior	Superior completo	19 anos
Kristhian Kaminski	Altíssima	Perfil Profissional de Comunicação Máster	Pós-graduação	19 anos
João Vitor Ribeiro	Baixa	Profissional de Comunicação Júnior	Superior completo	3 anos
Natalia Arnai	Média	Profissional de Comunicação Pleno	Superior completo	6 anos



Vinicius Bonadie	Média	Profissional de Comunicação Pleno	Superior completo	6 anos
Thito Coelho Cassimiro	Alta	Profissional de Comunicação Pleno	Superior completo	7 anos
Susan Hypolito	Alta	Profissional de Comunicação Sênior	Pós-graduação	15 anos
Karen Muliterno	Alta	Profissional de Comunicação Sênior	Superior completo	16 anos
Rafael Coradine	Alta	Profissional de Comunicação Sênior	Superior completo	19 anos
Abner da Silva Santos	Baixa	Designer Júnior	Superior completo	4 anos
Paulo Natal	Média	Designer Pleno	Superior completo	15 anos
Albérico Bini	Média	Designer Pleno	Pós-graduação	17 anos
Lais Campos	Alta	Designer Sênior	Pós-graduação	17 anos

3.3 a) Curriculum Vitae resumido: envio do currículo resumido de cada profissional, detalhando qualificações, experiências relevantes e área de atuação

Paulo Guilherme Guri – Profissional de Comunicação Sênior

Formação acadêmica

Graduado em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).



Experiência profissional

Profissional com mais de 19 anos de experiência na área de comunicação, atuando como coordenador de comunicação, editor-chefe, roteirista e produtor de conteúdo digital. Especialista em gestão de equipes, estratégia de audiência, métricas e SEO. Desenvolveu projetos para grandes veículos de mídia, como UOL, Portal R7, G1 (Globo), SBT e Grupo Bandeirantes, além de comunicação corporativa para clientes como InvestNews, Médicos Sem Fronteiras e BRF. Atualmente coordena a equipe de produção de conteúdo digital da Prefeitura de São Paulo e dirige a PG Guri Comunicação, focada em comunicação corporativa, assessoria de imprensa e produção multimídia.

Kristhian Kaminski – Perfil Profissional de Comunicação Máster

Formação acadêmica

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Paraná; Máster em Jornalismo pelo Centro de Extensão Universitária (São Paulo), em convênio com a Universidade de Navarra (Espanha).

Experiência profissional

Profissional com mais de 19 anos de experiência em comunicação corporativa, atuando em redações, agências de comunicação e grandes empresas. Trabalhou como repórter e editor na Gazeta do Povo, além de repórter na revista Veja e repórter especial na Forbes. Em agências, teve passagens pela Imagem Corporativa, Máquina Cohn & Wolf, InPress Porter Novelli, FSB, XCOM, entre outras. Foi gerente executivo de comunicação da Sadia e da BRF, uma das maiores companhias de alimentos do mundo, e diretor de comunicação e branding da Brookfield, empresa global de investimentos.

7



João Vitor Ramos Ribeiro – Profissional de Comunicação Júnior

Formação acadêmica

Graduado em Marketing pela Universidade Cruzeiro do Sul; graduando em Publicidade e Propaganda pela Universidade Cruzeiro do Sul.

Experiência profissional

Com mais de 3 anos de experiência trabalhou como estagiário na Câmara Municipal de São Paulo, com participação ativa em reuniões de prospecção e de trabalho com a equipe interna, contribuindo com pesquisa, análise e apoio à gestão estratégica. Prestou suporte nas atividades de mídias digitais, além de auxiliar no checking de criação, produção, distribuição e veiculação de materiais. Atuou por quatro anos como social media no Espaço Tia Lilika, sendo responsável pela gestão de redes sociais, criação de conteúdos estratégicos, desenvolvimento de campanhas, produção de artes e monitoramento de resultados, com foco no fortalecimento da marca e no relacionamento com o público. Atualmente, presta serviços para a Prefeitura de São Paulo, com foco em atendimento via SAC e monitoramento das redes sociais.

Natália Arnai

Formação acadêmica

Graduada em Comunicação Organizacional pela UTFPR.

Experiência profissional

Trabalhou como responsável por projetos de gestão de redes sociais, atendimento publicitário, comunicação interna, relacionamento com influenciadores, apoio a eventos e coordenação de equipes. Possui conhecimentos em gestão de projetos, metodologias ágeis e copywriting.



Vinicius Bonadie

Formação acadêmica

Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estácio de Sá

Experiência profissional

Experiência de mais de 6 anos em diversas áreas da comunicação, incluindo reportagem, assessoria de imprensa, análise de PR e gestão de mídias sociais. É roteirista, desenvolve conteúdos criativos e estratégicos para diferentes plataformas. Possui vivência internacional, tendo realizado intercâmbio na Irlanda, o que contribuiu para uma visão multicultural e adaptabilidade em ambientes diversos.

Thito Coelho Cassimiro – Profissional de Comunicação Pleno

Formação acadêmica

Graduado em Rádio, TV & Internet pela UMESP

Experiência profissional

Possui mais de 7 anos de experiência em comunicação, com atuação em órgãos públicos, empresas de mídia e projetos independentes. Atualmente é assessor de comunicação na Secretaria Municipal das Subprefeituras de São Paulo, onde coordena a produção e o planejamento de conteúdo para redes sociais e sites institucionais, além de realizar captação e desenvolvimento de vídeos. Atuou também como comunicador autônomo e gerente geral na Hebrom Vídeo, acumulando vivência em produção multimídia, gestão de projetos e estratégias digitais.



Susan Hypolito – Profissional de Comunicação Sênior

Formação acadêmica

Pós-Graduada em Marketing e Mídias Digitais pela FGV

Experiência profissional

Possui mais de 15 anos de experiência em Jornalismo, assessoria de imprensa, jornalismo digital, reportagem, roteirização, pesquisa investigativa e produção de conteúdo. Passou por diversas empresas como Record TV, Rede Globo, Rede Bandeirantes de Televisão entre outros.

Karen Turnes – Profissional de Comunicação Sênior

Formação acadêmica

Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda | Universidade Tuiuti do Paraná

Experiência profissional

Possui mais de 15 anos de experiência em atendimento para comunicação digital incluindo gerenciamento de projetos e supervisão de contas em agências renomadas como Made Rio, Live the Agency, Heads e Mirum atendendo a clientes como Electrolux, Grupo Fleury, Nike, BRF, Boticário, Dotz, CCR, Sky e Nextel. Como cliente também trabalhou no marketing da PUCPR. Destaque na experiência em comunicação digital no desenvolvimento de projetos inovadores, campanhas de performance, produção de conteúdo, entre outros.





Rafael Coradine

Formação acadêmica

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário de Maringá (UNICESUMAR).

Experiência profissional

Publicitário com mais de 20 anos de experiência na área de criação para comunicação digital e campanhas publicitárias, como redator, coordenador e diretor de criação em agências de publicidade e empresas de tecnologia. Desenvolveu projetos para diversas marcas, como: Volvo, O Boticário, Spotify, Sony Playstation, Tinder, Shein, AliExpress, EBANX, Honda Motos, HSBC, Renault, Governo do Paraná, Detran-PR, Sanepar, Compagás, Gazeta do Povo, Cocamar, UniCesumar, Big Ben, Grupo Thá, entre outras.

Vencedor do prêmio Profissionais do Ano Rede Globo – Região Sul e de diversas outras premiações em festivais nacionais e internacionais, como: Anuário do Clube de Criação de São Paulo, Clube de Criação do Paraná, Festival de La Publicidad Independiente (FePI), World Independent Advertising Awards (WINA), Prêmio Lusófonos de Criatividade, Fice México – Festival Iberoamericano, INMA Awards (New York), Colunistas Brasil e Paraná, Voto Popular About, Revista Archive, entre outros.

Abner da Silva Santos – Designer Júnior

Formação acadêmica

Bacharel em Design, com habilitação em Design Gráfico, Produto e Interiores, pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL, cursando pós-graduação em Gestão de Projetos pela Universidade Unigranrio | Afya.

Experiência profissional

Designer com mais de 4 anos de experiência. Atuou em posições de destaque em agências e instituições, como Tengu Propaganda, Acasa e Unima | Afya, desenvolvendo conceitos visuais, identidades de marca e materiais gráficos e digitais. Sua trajetória inclui também a



experiência em liderança de projetos na empresa júnior Bатуque Design, consolidando competências em planejamento, gestão criativa e definição de diretrizes estéticas para campanhas e marcas.

Paulo Natal – Designer Pleno

Formação acadêmica

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela UniBrasil Centro Universitário (Curitiba-PR).

Experiência profissional

Publicitário com mais de 15 anos de experiência na área de comunicação. Possui experiência como arte-finalista e assistente de criação. Atendeu clientes como: Rede Supermercados, Super Muffato, Volvo, Governo do Estado do Paraná, Prefeitura Municipal de Curitiba, Shopping Mueller, Ferrero, Grupo Boticário, Grupo Positivo. Atuou em grandes agências do Paraná, como CCZ, Opus Múltipla, Tailor Media, Grupo Gpac e MAD Creative.

Albérico Bini – Designer Pleno

Formação acadêmica

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Campo Real (Guarapuava-PR); pós-graduado em Comunicação Audiovisual pela PUC-PR.

Experiência profissional

Publicitário com mais de 14 anos de experiência na área de comunicação, criando para comunicação digital e campanhas offline. Durante a carreira, conquistou prêmios no Brasil e no exterior, como Cannes, One Show, El Ojo de Iberoamérica, London International Awards,



além de CCSP e CCPR. Possui experiência como Head of Art. Atendeu clientes como Banco do Brasil, Tim, Oi, Volvo, Rede Condor de Supermercados, Petrobras, Governo do Estado do Paraná, Prefeitura Municipal de Curitiba, Prefeitura Municipal de São Paulo, Jovem Pan, Gazeta do Povo e RPC. Atuou em grandes agências do Paraná, como Master, CCZ e Vivas.

Laís Campos – Designer Sênior

Formação acadêmica

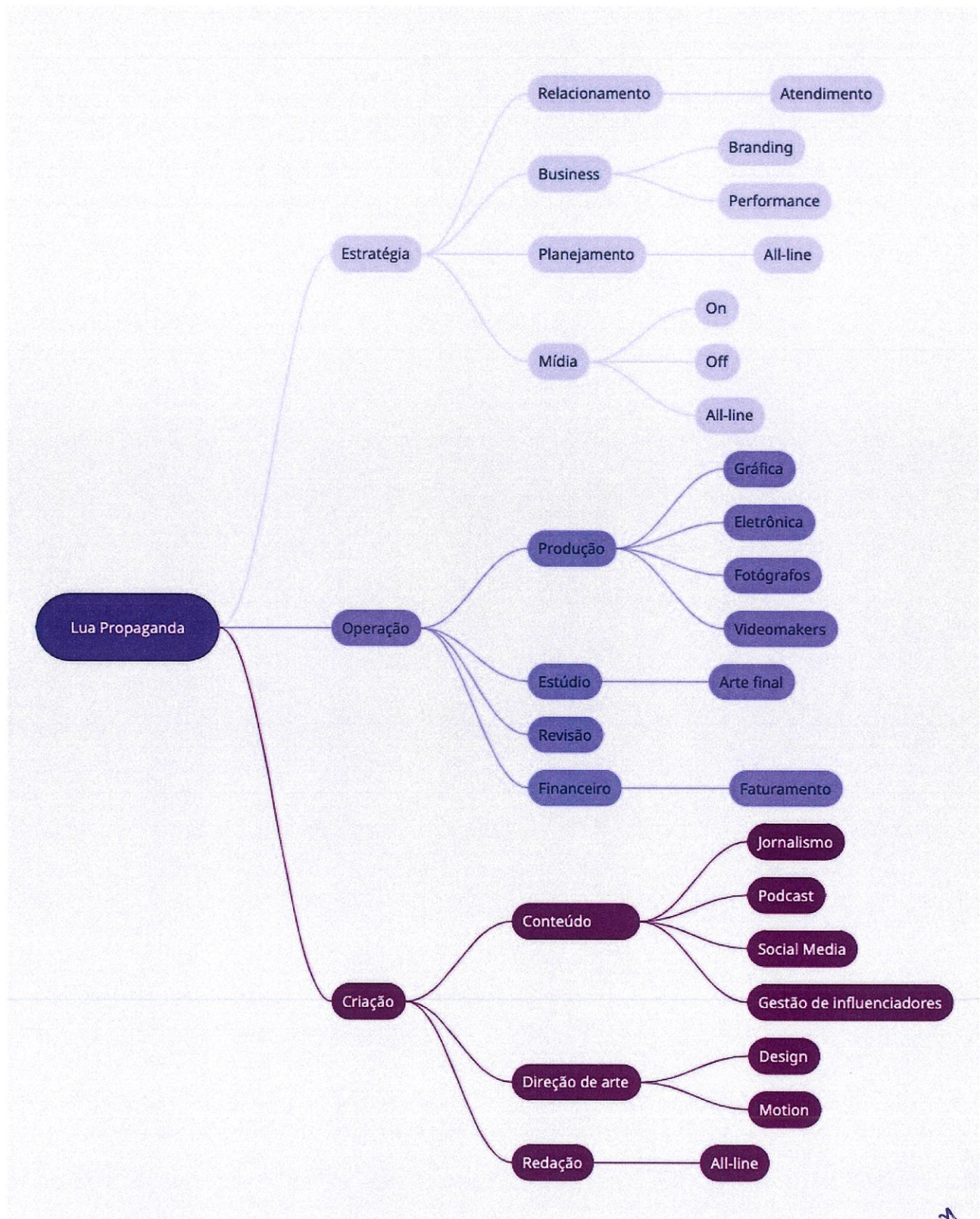
Formada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela ESAMC e Maurício de Nassau; pós-graduada em Artes Visuais: Cultura e Criação pelo Senac; cursando pós-graduação em Marketing Digital pela Ebac.

Experiência profissional

Publicitária com mais de 16 anos de experiência em agências de propaganda all-line (online e offline). Faz trabalhos freelancer como diretora de arte e criação em contas públicas e privadas. Possui vasto conhecimento nas áreas de direção de arte, criação de conteúdo para redes sociais e criação de identidade visual. Já trabalhou com campanhas políticas, Prefeitura de Maceió, Assembleia Legislativa de Alagoas, Sebrae, Faculdade Maurício de Nassau, Faculdade Raimundo Marinho, Espaço Ciência, concessionárias, supermercados, padarias e comércio em geral. Atuou como professora de Direção de Arte na Faculdade Maurício de Nassau e em agências como LIRA, Agencia UM e NOVAGENCIA.

3.3 b) Os documentos comprobatórios da formação técnica/acadêmica: apresentação de diplomas e certificados que comprovam a formação técnica/acadêmica dos profissionais na área; e

3.3 c) Documento comprobatório da experiência: fornecimento de declaração da licitante que ateste, sob as penas da lei, a experiência de cada profissional na área de atuação, incluindo o tempo e a natureza das atividades realizadas, destacando nome da empresa, função exercida, data de entrada e saída em cada função encontram-se na sequência do presente caderno. Na próxima página, apresentamos o organograma com todas as áreas da agência:





Documentos comprobatórios da experiência dos profissionais

A red ink signature, possibly reading 'J.D.', located at the bottom right of the page.

A blue ink signature, possibly reading 'J.D.', located at the bottom right of the page.



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Paulo Guilherme de Moraes Ramos de Oliveira que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 19 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de GERÊNCIA, PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.

Paulo Guilherme de Moraes Ramos de Oliveira - Profissional de Comunicação Sênior

Formação acadêmica: Graduado em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Experiência Profissional:

LUA PROPAGANDA

Chefe de redação | Desde 04/04/2025

- Chefe de redação da comunicação digital da Prefeitura de São Paulo
- Coordenação da produção de conteúdo multimídia para as redes sociais da Prefeitura de São Paulo.
- Gerenciamento de projetos e equipes.

UOL | Editor (freelancer) | De 01/2024 até os dias de hoje

- Gestão de equipe e projetos.
- Coordenação editorial multimídia.
- Edição de home page e redes sociais.
- Produção de conteúdo sobre política e entretenimento.





MÉDICOS SEM FRONTEIRAS | Editor e Tradutor (freelancer) | 05 – 12/2024

- Edição e tradução de textos para o site de MSF Brasil.
- Produção de conteúdo para redes sociais.

SBT NEWS | Editor-Executivo (freelancer) | 10/2023 – 01/2024

- Gestão de equipe e projetos.
- Coordenação editorial multimídia.
- Coordenação de produção para redes sociais e podcasts.

BAND TV | Editor-Executivo | 06/2022 – 06/2023

- Gestão de equipe e projetos.
- Produção de pautas para o Jornal da Band.
- Coordenação editorial multimídia.
- Edição de home page e redes sociais.

RECORD TV | Editor-Chefe do Portal R7 | 04/2020 – 04/2022

- Gestão de equipe e projetos.
- Coordenação editorial multimídia.

G1/GLOBO | Editor-Executivo | 09/2006 – 12/2019

- Gestão de equipe e projetos.
- Coordenação editorial multimídia.
- Participação na implementação do portal G1.
- Integração de conteúdo com Globo e GloboNews.

Experiência total de 19 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Kristhian Kaminski que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 18 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de GERÊNCIA, PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.

Kristhian Kaminski - Profissional de Comunicação Master

Formação Acadêmica: Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Paraná, possui Máster em Jornalismo pelo Centro de Extensão Universitária (São Paulo), em convênio com a Universidade de Navarra (Espanha).

Experiência profissional:

LUA PROPAGANDA

Head de atendimento | Desde 28/04/2025

- Responsável pela interface com o cliente, englobando Secretário de Comunicação, chefe de gabinete e outros stakeholders internos.
- Gestão geral da equipe de atendimento.
- Gestão geral de processos.



JORNALISTA FREELANCER

Desenvolvimento de diversos projetos entre 2021 e 2025:

- Produção de reportagens especiais para a revista Globo Rural, jornal O Globo e Valor.
- Gestão de redes sociais do Grupo Tracbel, uma das maiores distribuidoras de veículos pesados e equipamentos do Brasil, além da gestão das redes sociais do CEO do Grupo.
- Projetos de gestão de crise, media training para diferentes agências (incluindo FSB, InPress e XCOM).
- Jornalista colaborador do portal de notícias Investindo por Aí, com foco em economia na região Nordeste.

VIANEWS

LÍDER DE CONTA | 08/2022 - 04/2023

- Líder de atendimento do cliente Kyndryl, maior empresa global de infraestrutura de TI, fruto de um spin off da IBM.
- Responsável pela coordenação do atendimento da Kyndryl no Brasil e em outros seis países da América Latina (Argentina, Colômbia, Chile, México, Equador, Costa Rica).

GBR COMUNICAÇÃO

Diretor de Atendimento Out/2020 – Out/2021

- Líder de uma equipe de atendimento de aproximadamente 20 pessoas e mais de 15 clientes,
- Coordenação de media trainings, projetos de gestão de crise e captação de novos negócios, com reporte à COO e ao CEO da agência.
- Dentre os principais clientes atendidos, estavam:
 - Único: idtech, um dos unicórnios brasileiros;
 - ONG Gerando Falcões;
 - Grupo J&F (holding controladora da JBS, Pic Pay, Banco Original, Âmbar, Eldorado, entre outras empresas);
 - Grupo SEB, um dos maiores operadores no setor de educação do Brasil;
 - Motul, uma das maiores empresas do mundo em produção de óleos lubrificantes.



r de Branding e Comunicação

- Atuando na holding da companhia, tinha reportes ao Vice-Presidente de Relações Institucionais Brasil e à Vice-Presidência Sênior de Comunicação (Estados Unidos).
- Responsável por estabelecer um programa de relacionamento da companhia com a imprensa no Brasil.
- Gestão da marca corporativa e gerenciamento de patrocínios.
- Revisão e administração de canais de comunicação externa, tais como: website, vídeo institucional e publicações impressas (perfil corporativo e Relatório Anual).
- Organização e implantação de Política de Comunicação para a companhia.
- Criação e coordenação de Comitê de Imagem e Reputação, envolvendo todas as empresas do grupo em diversos segmentos (Imobiliário, Infraestrutura, Energia, Agronegócio, Florestas, Private Equity e Serviços Financeiros).
- Gerenciamento de crises de imagem e reputação.

BRF S/A

Gerente Executivo de Comunicação Externa e Marketing Institucional (out/10 - ago/13)

Reporte ao Vice-Presidente de Assuntos Corporativos, sendo responsável por equipe de 8 pessoas diretas e 20 pessoas indiretas, com budget anual de aproximadamente R\$ 30 MM.

Responsável por todo o relacionamento da companhia com a imprensa no Brasil e no exterior.

Gestão da marca corporativa BRF, publicidade institucional e gerenciamento de patrocínios.

Administração de canais de comunicação externa, tais como: website, vídeo institucional, redes sociais e publicações impressas.

SADIA S/A

Gerente Executivo de Comunicação Externa - Out/2007 - Out/2010

- Responsável pelo relacionamento com a imprensa brasileira e estrangeira, relações públicas, eventos corporativos, atendimento a estudantes e comunidade acadêmica.
- Gestão de prêmios e pela participação da companhia e de seus executivos em eventos.
- Gestão de todo o acervo histórico da companhia.
- Atuação interina como Gerente de Relações Governamentais entre dez/2009 a out/2010, com as seguintes atribuições: interface com órgãos e autoridades públicas em nível federal, estadual e municipal, bem como pelas relações com entidades de classe; coordenação geral de eventos com autoridades públicas e comunidade.



Principais projetos:

- Preparação da estratégia de divulgação da aquisição de duas companhias argentinas pela BRF incluindo: seleção de agência local, preparação de materiais de comunicação, media training com principais executivos sobre dinâmica da imprensa Argentina, contatos com jornalistas locais e organização de evento para autoridades, clientes e fornecedores argentinos.
- Coordenação de war room de comunicação para atendimento à imprensa durante o
- processo de julgamento da fusão entre Perdigão e Sadia pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).
- Responsável pelo anúncio da criação da BRF-Brasil Foods, sendo representante da Sadia no comitê formado para definir estratégia de comunicação ao mercado financeiro, clientes, fornecedores, autoridades, comunidade e público interno sobre a fusão.
- Gestão de crise: desde setembro de 2008, quando a Sadia anunciou ao mercado perdas com operações envolvendo derivativos cambiais, atuou para esclarecer diversos stakeholders sobre o tema, bem como para estabelecer uma agenda positiva de comunicação, de modo a reduzir os efeitos das mencionadas perdas à imagem da companhia.
- Inauguração de fábrica da Sadia em Kaliningrado (Rússia): organização do evento, que contou com a presença de jornalistas brasileiros e russos e de autoridades políticas de Kaliningrado.
- Comitê da Comunidade (Samambaia-DF): criação de um comitê, coordenado pela área de Comunicação, envolvendo diversas áreas da Sadia (gerência de fábrica, sustentabilidade, RH) para estabelecer canal de diálogo com a comunidade de Samambaia, região carente do Distrito Federal vizinha a uma fábrica da empresa.
- Organização de audiência pública para discussão dos possíveis impactos ambientais da nova fábrica da Sadia em Pernambuco. O evento contou com a presença de autoridades federais, estaduais e municipais e reuniu um público de mais de 1.500 pessoas, entre moradores da região, ambientalistas, acadêmicos e representantes de movimentos sociais.
- Coordenação geral do evento de inauguração de nova fábrica da Sadia em Vitória de Santo Antão (PE) com cerca de 2.000 pessoas, incluindo a presença do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva



Experiência total de 18 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

A handwritten signature in blue ink, reading 'Sheila de Moura Matos', written over a horizontal line.

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



A handwritten signature in blue ink, located at the bottom right of the page, below the red stamp.



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional João Vitor Ramos Ribeiro que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 3 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

João Vitor Ramos Ribeiro - Profissional de Comunicação Júnior

Formação acadêmica: Graduado em Marketing pela Universidade Cruzeiro do Sul; graduando em Publicidade e Propaganda pela Universidade Cruzeiro do Sul.

Experiência profissional

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO | 11/2022 - 01/2025 (estagiário)

- Participação de reuniões de prospecção (pesquisa, estudo, análise e gestão estratégica)
- Participação de reuniões de trabalho com a equipe interna
- Auxílio nas atividades de mídias digitais
- Auxílio no checking de criação, produção
- distribuição e veiculação
- Auxílio no checking de controle de despesas
- Auxílio na elaboração de relatórios
- Auxílio no desenvolvimento de projetos

ESPAÇO TIA LILIKA | 11/2021 - 11/2022 (social media)

- planejamento estratégico



- criação de conteúdo
- Veiculação de conteúdo
- interação com o público
- monitoramento
- análise de resultados

Experiência total de 3 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que a profissional Natalia Arnai que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 6 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

Natalia Arnai - Profissional de Comunicação Pleno

Formação acadêmica: Graduada em Comunicação Organizacional

Experiência profissional

Lua Propaganda (04/2024 - atual)

Responsável pela gestão das redes sociais de perfis, coordenando a produção e publicação de cerca de 40 posts semanais, com foco em engajamento, crescimento orgânico e alinhamento estratégico da comunicação.

Muito Mais Digital (08/2023 - 03/2024)

Gestão de Projetos Digitais

Curso Positivo (01/2022 - 02/2023)

Analista de redes sociais.

LivingFor Marketing (01/2020 - 01/2021)



Gestão e produção de conteúdo para redes sociais, Inbound marketing, atendimento ao cliente e Facebook Ads.

The Legal Hub (01/2020 - 08/2020)

Gerenciamento de campanhas patrocinadas no Facebook e Instagram Ads, planejamento de SEO e planejamento e produção de conteúdos para as redes sociais.

Envoline Marketing (05/2019 - 01/2020)

Criação e gerenciamento de campanhas Google e Facebook Ads.

Experiência total de 6 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Vinicius Bonadie que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 6 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

Vinicius Bonadie - Profissional de Comunicação Pleno

Formação acadêmica: Graduado em Rádio, TV & Internet pela UMESP

Experiência profissional

Lua Propaganda (03/2025 - atual)

Criação e produção de conteúdo para redes sociais, coordenação de conteúdo (aprovação de materiais) e execução de relatórios periódicos

Rede TV (10/2024 - 03/2025)

Roteirista

Jimenes Comunicação (04/2023 - 01/2024)

Assessoria de imprensa atuando como elo estratégico entre a agência e os meios de comunicação, com foco em fortalecer e solidificar a imagem de clientes. Elaboração e divulgação de press releases, coordenação, gestão de crise e produção de conteúdo para mídias sociais e comunicação interna com foco em pequenas e médias empresas.



Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (12/2021 - 03/2023)

Assessoria de imprensa responsável por planejar, produzir e mediar a comunicação institucional com a imprensa e a sociedade, garantindo transparência e visibilidade às atividades parlamentares.

Café Com Bobagem (06/2020 - 12/2021)

Roteirista para televisão

Máquina Cohn & Wolfe (11/2019 - 05/2020)

Produção de releases, planos de comunicação e relatórios. Clipping e acompanhamento em eventos e encontros com a imprensa.

Experiência total de 6 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Thito Coelho Cassimiro que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 7 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

Thito Coelho Cassimiro - Profissional de Comunicação Pleno

Formação acadêmica: Graduado em Rádio, TV & Internet pela UMESP

Experiência profissional

Secretaria Municipal das Subprefeituras da Prefeitura de São Paulo (12/2021-04/2025)

Assessor técnico de comunicação e trabalho social

- Planejamento de publicações nas redes da Secretaria Municipal das Subprefeituras
- Gerenciamento dos sites e redes sociais das 32 subprefeituras de São Paulo
- Desenvolvimento dos vídeos publicados nas redes da Prefeitura.
- Captação de imagens, com câmeras, celulares e drones, nas ações internas e externas.

Subprefeitura da Lapa (01/2018-11/2021)

Assessor técnico de comunicação e trabalho social

- Responsável pelos processos de regularização de comunidades.
- Coordenação de Projetos Sociais e Eventos Culturais.



- Desenvolvimento dos vídeos publicados nas redes da Prefeitura.
- Captação de imagens, com câmeras, celulares e drones, nas ações internas e externas.

Experiência total de 7 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que a profissional Susan Hypolito que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 15 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

Susan Hypolito - Profissional de Comunicação Pleno

Formação acadêmica: Pós-Graduada em Marketing e Mídias Digitais

Experiência profissional

Lua Propaganda (04/2024 - atual)

Jornalista sênior, responsável pela reportagem digital oficial da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo.

Prefeitura de São Caetano do Sul (05/2023 - 01/2025)

Reportagem, coordenação e criação de roteiros.

Governo de São Paulo (03/2023 - 05/2023)

Jornalista multimídia.

Record TV (09/2019 - 01/2023)

Chefe de Reportagem e produção de reportagens.



Rede Globo (11/2018 - 05/2019)

Pesquisa investigativa e produção de conteúdo.

Record TV TS (06/2017 - 06/2018)

Repórter de Televisão.

Record TV TS (06/2013 - 08/2017)

Subchefe de Reportagem.

Rede Globo (11/2012 - 05/2013)

Apuração.

Rede Bandeirantes de televisão (01/2009 - 10/2012)

Edição de textos e produção.

Experiência total de 15 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que a profissional Karen Muliterno que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 16 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

Karen Muliterno - Profissional de Comunicação Pleno



Formação acadêmica: Bacharel em Publicidade e Propaganda

Experiência profissional

Lua Propaganda (01/2025 - atual)

Gerenciamento de contas atuando com clientes como Governo do Estado do Paraná, Assembleia Legislativa do Paraná e Copel.

Made Group (06/2024 - 12/2024)

Gerenciamento de contas atuando com clientes como Prudentail, laboratórios do grupo Fleury, entre outros.

Live the Agency (04/2021 - 02/2024)

Atendimento a clientes com foco em comunicação digital.

PUC/PR (01/2020 - 01/2021)

Gestão de projetos digitais.

Heads (04/2018 - 01/2020)

Gerenciamento das demandas e organização de pautas das equipes de Criação, Planejamento, Produção e Social.

Mirum (05/2015 - 04/2018)

Atendimento a clientes com foco em comunicação digital e performance.

Agência Casa (06/2011 - 03/2013)

Gestão de Projetos Digitais nas áreas de User Experience (UX), Designer de Interfaces, Front End Developer e Back End Developer, Search Engine Optimization, Business Intelligence; Coleta e Análise de Briefings, Desenvolvimento e Acompanhamento de Cronogramas; Homologação e Análise de entregas; Gestão de Equipe, Escopo, Custo; Apoio nos Processos Operacionais; Utilização do MS-Project além de Ferramentas de Gestão internas.

Mídia Digital (10/2008 - 06/2011)



Acompanhamento de demandas do atendimento e distribuição entre as equipes.
Gerenciamento do fluxo e manutenção da organização de entregas dos jobs.

Experiência total de 16 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

A handwritten signature in blue ink that reads 'Sheila de Moura Matos'.

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Rafael Coradine que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 16 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS.

Rafael Coradine - Profissional de Comunicação Pleno

Formação acadêmica: Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário de Maringá (UNICESUMAR).

Experiência profissional

Lua Propaganda (10/2022 - atual)

Head de criação de contas como Governo do Paraná, CDHU - Governo de São Paulo e Assembleia Legislativa e Copel.

Ebanx (08/2019 - 06/2022)

Lider da equipe de criação responsável pela estratégia da marca.

Tif (04/2012 - 06/2019)

Redator de campanhas on e offline.

Trade MKT (09/2011 - 04/2012)

Redator de peças e campanhas publicitárias.



G/Pac (10/2008 - 08/2011)

Redator de peças e campanhas publicitárias.

Tif (10/2008 - 04/2010)

Redator de peças e campanhas publicitárias.

Jump (01/2005 - 10/2008)

Redator de peças e campanhas publicitárias.

Experiência total de 19 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Abner da Silva Santos que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 4 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de DESIGN GRÁFICO.

Abner da Silva Santos - Designer junior

Formação acadêmica: Bacharel em Design, com habilitação em Design Gráfico, Produto e Interiores, pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL, cursando pós-graduação em Gestão de Projetos pela Universidade Unigranrio | Afya.

Experiência profissional

Empresa Júnior Batuque Design - Designer Projetista (08/2018 - 12/2018)

- Desenvolvimento de projetos gráficos;
- Criação de identidades visuais;
- Elaboração de materiais digitais e impressos;
- Prototipagem e criação de mockups.

Empresa Júnior Batuque Design - Diretor de Projetos (01/2019 - 12/2019)

- Planejamento e gestão de projetos;
- Definição de escopo, prazos e cronogramas;
- Supervisão do processo de criação e entrega.

Agência Tengu Propaganda - Diretor de Arte (11/2020 - 12/2022)

- Criação de conceitos visuais para campanhas publicitárias;
- Elaboração de layouts, peças gráficas e materiais de comunicação;
- Definição de identidade visual e linguagem estética das campanhas.



Agência Acasa - Diretor de Arte (01/2023 - 03/2024)

- Definição de diretrizes estéticas e identidade visual;
- Desenvolvimento de materiais gráficos e digitais;
- Criação de conceitos visuais para campanhas e marcas.

Unima | Afya (Centro Universitário de Maceió) - Designer Pleno (04/2024 - 03/2025)

- Criação de peças gráficas digitais e impressas;
- Desenvolvimento e manutenção da identidade visual da instituição;
- Apoio às campanhas de marketing e comunicação;
- Colaboração com equipes de comunicação e eventos.

Experiência total de 4 anos e seis meses.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Paulo Natal que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 15 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de DESIGN GRÁFICO.

Paulo Natal - Designer Pleno

Formação acadêmica: Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela UniBrasil.

Experiência profissional

Posigraf (10/2009 - 01/2011)

Direção de arte para materiais gráficos.

Ótima Gráfica (02/2011 - 01/2013)

Arte finalista de materiais gráficos.

Grupo OM (03/2013 - 05/2013)

Arte finalista de materiais gráficos e campanhas publicitárias.

CCZ*WOW (07/2013 - 09/2016)

Arte finalista de materiais gráficos e campanhas publicitárias.

TailorMedia (09/2016 - 08/2017)

Arte finalista de materiais gráficos e campanhas publicitárias.



Lua Propaganda (08/2023 - atual)

Desdobramento de campanhas publicitárias on e off line

Experiência total de 15 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que o profissional Albérico Bini que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 17 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de DESIGN GRÁFICO.

Albérico Bini - Designer Pleno

Formação acadêmica: Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Campo Real (Guarapuava-PR) e pós-graduado em Comunicação Audiovisual pela PUC-PR.

Experiência profissional

Master Comunicação (01/2008 - 08/2009)

- Desenvolvimento de projetos gráficos;
- Criação de identidades visuais;
- Elaboração de materiais digitais e impressos;

Grupo Competence (08/2009 - 03/2010)

- Criação de conceitos visuais para campanhas publicitárias;
- Elaboração de layouts, peças gráficas e materiais de comunicação.

Guarda (Chuva) (03/2010 - 03/2011)

- Criação de conceitos visuais para campanhas publicitárias;
- Elaboração de layouts, peças gráficas e materiais de comunicação.

CCZ*WOW (03/2011 - 09/2017)

- Definição de diretrizes estéticas e identidade visual;



- Desenvolvimento de materiais gráficos e digitais;
- Criação de conceitos visuais para campanhas e marcas.

Vivas Comunicação (10/2017 - 05/2018)

- Liderança criativa e gestão de equipe;
- Definição e supervisão estética;
- Criação de conceitos visuais para campanhas publicitárias.

Buenas! (07/2018 - 12/2021)

- Liderança criativa e gestão de equipe;
- Definição e supervisão estética;
- Criação de conceitos visuais para campanhas publicitárias.

Lua Propaganda (01/2022 - atual)

- Desenvolvimento de materiais gráficos e digitais;
- Definição e supervisão estética;
- Criação de conceitos visuais para campanhas publicitárias.

Experiência total de 17 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante Legal



Documento Comprobatório da Experiência

A licitante Lua Propagandas Ltda (CNPJ n. 05.916.755/0001-54), por meio da sua Procuradora, Sheila de Moura Matos, CPF No, 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que a profissional Lais Campos que estará à disposição da Contratante para execução do objeto do contrato vinculado ao Edital n. 006/2025 possui mais de 17 anos de experiência comprovada, bem como possui capacidade técnica para desenvolver as atividades previstas no Edital, na área de DESIGN GRÁFICO.

Lais Campos - Designer sênior

Formação acadêmica: Formada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela ESAMC e Maurício de Nassau; pós-graduada em Artes Visuais: cultura e criação, pelo Senac; e cursando pós-graduação em Marketing Digital pela Ebac.

Experiência profissional

Lua Propaganda (12/2023 - atual)

- Direção criativa das redes sociais

Quintella Gerez Branding (11/2013 - 11/2023)

- Direção de Arte
- Identidade Visual

Agência UM (12/2009 - 08/2013)

- Direção de criação, direção de arte, projetos e arte finalista.

AGÊNCIA PORTA VERMELHA COMUNICAÇÃO (12/2007 - 07/2009)

- Direção de criação, direção de arte, projetos e arte finalista.



ESAMC (11/2006 - 12/2007)

- Planejamento de comunicação, atendimento, produção, organização de eventos e elaboração de projetos.

Experiência total de 17 anos.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de maura matos

Sheila de Moura Matos

Representante Legal

↑

Two handwritten signatures, one in red ink and one in blue ink, are located in the bottom right corner of the page.



Documentos comprobatórios da formação técnica/acadêmica
dos profissionais apresentados

A red ink signature, possibly reading 'AS', located in the bottom right area of the page.

A blue ink signature, possibly reading 'Jh', located in the bottom right corner of the page.

USN

Paulo Guilherme Oliveira



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Eu, *Prof. Dr. Flavio Lusa de Moraes* REITOR DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO,
no exercício de minhas atribuições legais, faço saber, à vista da aprovação obtida por

Paulo Guilherme de Moraes Ramos de Oliveira
nacionalidade *Brasileira*, portador do RG n. *13.836.910 - 0 - SP*
nascido a *10 de abril de 1970*
natural do Estado *de São Paulo*
que lhe foi conferido, em *20 de dezembro de 1993*, o grau de

Bacharel em Comunicação Social

E, para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais, outorguei-lhe o presente Diploma, que assino, juntamente com o Diretor da Escola de Comunicações e Artes e Diplomado.

Reitoria da Universidade de São Paulo, aos *18* de *fevereiro* de *1994*



[Signature]
Diretor da Unidade

Reitor *[Signature]*

Diplomado *Paulo Guilherme de Moraes Ramos de Oliveira*

Master em Jornalismo para Editores

O Centro de Extensão Universitária e a
Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra conferem a

Kristhian Kaminski

o presente certificado pela conclusão do curso Master em Jornalismo para Editores,
com base no histórico escolar constante no verso.

São Paulo, 30 de novembro de 2000


Prof. Carlos Alberto Di Franco
Universidade de Navarra



Jorge P. Cintra
Jorge Pimentel Cintra
Centro de Extensão Universitária



Histórico escolar do Certificado de conclusão do curso Master em Jornalismo para Editores, emitido pelo Centro de Extensão Universitária e pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra.

Nome: **Kristhian Kaminski**

Disciplinas

Carga horária

Docente

Reinventar os Jornais	46	José Francisco Sánchez / Gonzalo Peltzer
Jornalismo Público	46	José Francisco Sánchez
As Redações do Século XXI	46	Antoni M. Piqué
Direção Estratégica	30	Alfonso Sánchez-Tabernero
Desenho e Cultura da Imagem	16	Gonzalo Peltzer
Novas Tecnologias	46	Ramón Salaverría
Ética Jornalística	20	Carlos Alberto Di Franco
Direito da Comunicação	24	Guilherme Döring Cunha Pereira
Filosofia	24	Luís Jean Lauand
Conferências	20	
Seminário "Jornais Populares"	05	

Registrado no Livro nº 01, do Departamento de Jornalismo do Centro de Extensão Universitária.

Patrocínio



**Centro de
Extensão
Universitária**



VOLKSWAGEN

SOBLOCO
FACILIDADE DE FINANCIAMENTO EMPRESARIAL

HSBC



UNISYS





João Vitor Ribeiro



www.cruzeirodosul.edu.br

Anália Franco - Av. Regente Feijó, 1295 | 03342-000 SP - SP
Guarulhos - Av. Salgado Filho, 100 | 07115-000 Guarulhos - SP
Liberdade - R. Galvão Bueno, 868 | 01506-000 SP - SP
Paulista - Av. Paulista, 1415 - parte | 01311-925 SP - SP
São Miguel - Av. Dr. Ussiel Cirilo, 111 a 213 | 08060-070 SP - SP
Santo Amaro - Av. das Nações Unidas, 18605 - anexo parte | 04795-902 SP - SP
Villa-Lobos - Av. Imperatriz Leopoldina, 550 | 05305-000 SP - SP

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
PORTARIA MINISTERIAL Nº 948, DE 30.08.2021, DOU Nº 165, DE 31.08.2021, SEÇÃO 1, P. 36 E 47

CERTIFICADO

Certificamos para os devidos fins, que **JOÃO VITOR RAMOS RIBEIRO**, CPF n.º **543.693.088-36**, concluiu no segundo semestre letivo de 2023, o curso de **SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING**, tendo colado grau em 08/03/2024.

Certificamos também, que o respectivo diploma será emitido e registrado em até **120** dias a partir da data de Colação de Grau.

São Paulo, 21 de agosto de 2025.

Documento assinado digitalmente

Assinado por: Andreia Silva Ferreira
Cargo: Coordenadora de Operações
RG: 27.888.822-7
Data: 21/08/2025
<https://validar.iti.gov.br/>





Natalia Arnai



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Curitiba
Departamento de Registros Acadêmicos - DERAC



DECLARAÇÃO

Declaramos, para os devidos fins, que **NATALIA CAROLINA DOS SANTOS ARNAI**, inscrita no CPF sob n.º 099.498.779-03 e com registro sob o n.º 2030721 nesta Instituição Federal, encontra-se na situação Formado desde 06 de março de 2025, no 8º período do curso de Bacharelado Em Comunicação Organizacional.

Informamos ainda que o curso é reconhecido pela Portaria MEC nº 486, de 19/11/2020, D.O.U. nº 222, Seção 1, p. 119, de 20/11/2020.

Curitiba, 16 de Abril de 2025

Este documento foi gerado eletronicamente em: 16/04/2025 09:31:30
Código de validação: FA3B.3E6E.9F41.D4C3.581C.6A43.E4FF.6453
Url para validação: <http://sistemas2.utfpr.edu.br/sistemas.utfpr.edu.br/declaracoes>



Vinicius Bonadie



DECLARAÇÃO DE CONCLUSÃO

Declaramos para os devidos fins **VINICIUS CHRISTÃO BONADIE**, registrado sob matrícula: **201603010696**, graduou-se nesta Instituição de Ensino Superior o curso de **JORNALISMO**, tendo cumprido toda sua grade acadêmica.

Informamos ainda que o (a) referido aluno participou da colação de grau do semestre em questão, que ocorreu em 14/08/2019.

Ressaltamos que o diploma encontra-se em tramitação de registro.

São Paulo, 03 de outubro de 2024.

SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE SÃO PAULO
RUA PROMOTOR GABRIEL NETUZZI PEREZ, 108, Santo Amaro
CEP: 04.743-020 - São Paulo - SP - Brasil
TEL: 1148319400/ FAX:
<http://www.estacio.br> / email: atendimento.edd@estacio.br



UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO



O Reitor da Universidade Metodista de São Paulo, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do curso de RÁDIO, TV, INTERNET na data de 28/06/2024 e a colação de grau em 19/08/2024, confere o título de Bacharel a

THITO COELHO CASSIMIRO

nacionalidade Brasileira, natural de São Paulo, nascido em 23 de novembro de 1994, portador da Cédula de Identidade nº 419494777 - SSP/SP, e outorga-lhe o presente diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Bernardo do Campo, 19 de agosto de 2024.

Assinatura realizada por meio de
certificado ICP-Brasil

Ismael Forte Valentin
Reitor

THITO COELHO CASSIMIRO
Diplomado(a)

Assinatura realizada por meio de
certificado ICP-Brasil

Maria Aparecida Fernandes Ribeiro
Secretária Acadêmica

<https://diplomadigital.metodista.br>
Código de validação: 167 167 5c885427b404

Thito Coelho Cassimiro

U

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO Recredenciada pela Portaria nº 641, de 20/05/2021, D.O.U. nº 21052012, Seção 1, pág. 12, de 21/05/2012 Mantenedora: INSTITUTO METODISTA DE ENSINO SUPERIOR CNPJ da mantenedora: 44351146000157 RÁDIO, TV, INTERNET - Bacharelado Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº: Portaria nº 278 de 23/04/2018, D.O.U.23042018 Seção pág. de 23/04/2018	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO Diploma registrado sob o nº 92773, Livro 01, em 19/08/2024, por delegação de competência do Ministério da Educação, nos termos da Lei nº 9.394, de 20 dezembro de 1996, e do Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017. São Bernardo do Campo, 19 de agosto de 2024 Assinatura realizada por meio de certificado ICP-Brasil Genilda Santos Damasceno Seção de Registro de Diplomas
---	--



85

[Handwritten signature]

[Red handwritten mark]

[Handwritten mark]



FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

O Diretor da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas confere a

SUSAN KELLY HYPOLITO ZAMORANO KURY

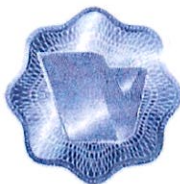
Cadastro de Pessoa Física - CPF: 36316567855

Certificado do Curso

Pós-Graduação em Marketing e Mídias Digitais

Nível Especialização (Pós-graduação lato sensu), área de conhecimento Negócios, Administração e Direito, com 432 horas-aula, concluído em 27 de janeiro de 2024.

Rio de Janeiro, 29 de fevereiro de 2024.



Flavio Carvalho de Vasconcelos
Diretor
FGV EBAPE



Susan Hypolito



HISTÓRICO ESCOLAR

Nome do aluno: Susan Kelly Hypolito Zamorano Kury		Registro na instituição: E-384585		
Naturalidade: São Paulo - SP	Data de nascimento: 14/11/1986	Período de realização do curso: 13/02/2023 a 27/01/2024		
Curso: Pós-Graduação em Marketing e Mídias Digitais	Total de horas-aula cumpridas: 432h	Coeficiente de Rendimento: 9,25		
Disciplina	Docente Responsável	Titulação	H / A	Média Final
Criação, Desenvolvimento e Gestão de Produtos	Silvia Maria Pia Ferrari	Especialista em Marketing	36	9,25
Comunicação, Planejamento e Convergência das Mídias	Vitor Moura Lima	Doutor em Marketing	36	9,00
Consumo e Processo Decisório da Compra	Fernanda Cintra de Paula	Mestre em Comunicação e Mercado	36	10,00
Estratégias de Distribuição Omnichannel e Trade Marketing	Fernanda Cintra de Paula	Mestre em Comunicação e Mercado	36	9,25
E-commerce e Modelo de Negócios Digitais	Fábio Flatschart	Especialista em Criação Visual e Multimídia	36	8,75
Estratégias de marketing	Elson Adalberto Teixeira	Mestre em Gestão Estratégica de Negócios	36	7,00
Mobile Marketing	Diana Sinclair Pereira Branisso	Doutor em Administração de Empresas	36	10,00
Mídia Online e Web Analytics	Diana Sinclair Pereira Branisso	Doutor em Administração de Empresas	36	10,00
Mídias Sociais: planejamento, implementação e monitoramento	Vitor Moura Lima	Doutor em Marketing	36	10,00
UX: User Experience e Plataformas Digitais	Leonardo Gonçalves Viana	Doutor em Psicossociologia de Comunidades e Ecologiasocial	36	10,00
FGV Enterprise Competition	Paulo da Costa Lopes	Doutor em Engenharia de Produção	72	8,51

Sistema de Avaliação para cada disciplina: Grau mínimo: 7,00 (escala de 0 a 10) - Frequência/participação mínima: 75,00%



CÓPIA
COLORIDA

E - 384585

Este curso cumpre todas as disposições da Resolução CNE/CES 01/2018 - DOU de 09/04/2018 - Seção 1 - p.43 Recredenciamento FGV EBAPE: Portaria MEC nº 941/2018 - DOU de 14/09/2018 - Seção 1 - p. 11 (Recredenciamento Protocolado em 13/09/2023 sob o nº de Processo 202327232).

17/11/24



UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

Credenciada pelo Decreto de 07 de julho de 1997
publicado no D.O.U. de 08 de julho de 1997

Reconhecido pela Portaria n.º 1309 de 14-07-2006
publicada no LDU n.º 135 em 17-07-2006

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

APOSTILA

O presente diploma confere habilitação em:
Publicidade e Propaganda.

Curitiba, 24 de MARÇO de 2006


Secretário

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

Curitiba - PR
Divisão de Registro de Diplomas

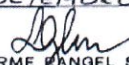
Diploma registrado sob n.º **016278**

Processo n.º 2006.03.001671.002

Nos termos do art. 48 da Lei 9.394/96.

Apostila anotada nesta data, no termo do registro.

Curitiba 26 de SETEMBRO de 2006


LUIZ GUILHERME FANGEL SANTOS
Reitor



Rafael Coradine

U



Centro Universitário de Maringá
Estado do Paraná

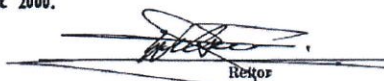
O Reitor do Centro Universitário de Maringá,
no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão em 21 de dezembro de 2005, do
Curso de Graduação em Comunicação Social e a colação de grau em 02 de fevereiro de 2006,
confere o título de Bacharel em Comunicação Social a

Rafael Coradine Silva,
brasileiro, natural do Estado do Paraná,
nascido a 26 de fevereiro de 1983, RG 8.735.941-7/PR,
e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Maringá, 02 de fevereiro de 2006.


Pro-Reitor Acadêmico


Diplomado


Reitor



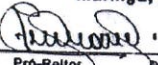
SELO NO
VERSO

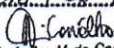
**Curso de Graduação
em Comunicação Social**
com Habilitação em Publicidade e Propaganda
Reconhecido pela Portaria Nº 3.483, publicada
em D.O.U. de 18/10/2005

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Reitor: Wilson de Matos Silva
Pró-Reitor Acadêmico: Cláudio Ferdinandi
Diretora de Serviços Acadêmicos: Maria
Cristina Araújo de Brito Cunha

APOSTILA

Concluiu a habilitação em PUBLICIDADE
E PROPAGANDA em 21/12/05
Maringá, 02/02/06.

 
Pro-Reitor Acadêmico Diretora de Serviços Acadêmicos

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA-PR
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
Diploma Registrado sob nº 94.200
Livro Div. 127, Folha 222, de acordo com o
Art. 48, da Lei nº 9.394, de 20/12/96 e Ato Executivo nº 20/99
de 20/05/99 do Reitor da Universidade Estadual de Londrina.
Londrina, 18.1.06, 1.2007

Proª Drª Maria Ap. V. de Carvalho
Pro-Reitora de Graduação
UEL/PROGRAD

2º SERVIÇO DE REGISTRO CIVIL
E 14ª TABELIONATO DE NOTAS
CURTIBA 18 JUN 2006
CERTIFICO que esta fotocópia é fiel do original apresentado nesta cartório.
Nº FNR92347




Rafael Castro Rodrigues
Escrevente Jureamentado





Abner da Silva Santos

lun

92

Handwritten signatures and marks in blue and red ink.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS	
Curso de: Graduação em Design Reconhecido pela/o: Portaria MEC No. 211 de 25/06/2020 - D.O.U. de 07/07/2020.	Diploma registrado sob o nº 635, folha 635 Livro 7-D, em 19/07/2023, conforme processo nº 23065.025253/2023-31 por delegação de competência do Ministério da Educação, nos termos da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e do Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017 e Portaria Nº 1.095, de 25 de outubro de 2018.
Maceió, em 19/07/2023 Original assinado conforme Portaria nº 554/2019-MEC Josias de Sousa Lima ENCARREGADO DO REGISTRO/DRCA/UFAL	

Nome da IES Expedidora/Registradora: UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

Razão social da mantenedora: UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

CNPJ da mantenedora: 24.464.109/0001-48

Credenciamento: Portaria 463 de 30/06/2021, DOU, Seção 1, pág. 34, de 01/07/2021.

PRÓ-REITOR/A DE GRADUAÇÃO: AMAURI DA SILVA BARROS

REITOR/A: JOSEALDO TONHOLO

Ministério da Educação DIPLOMA DIGITAL

Validação: https://sistemas.ufal.br/diplomadigital/ Código de validação: 577.577.85433aed8845

UFAL

93

1

Paulo Natal

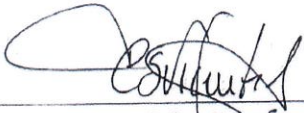
★
UNIBRASIL
CENTRO UNIVERSITÁRIO AUTÔNOMO DO BRASIL

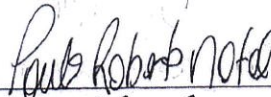
A Reitora do Centro Universitário Autônomo do Brasil - UNIBRASIL, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do curso de Comunicação Social, em 21 de março de 2012, confere o título de Bacharel a

Paulo Roberto Natal,

*de nacionalidade Brasileira, natural do Estado do Paraná, nascido em 09 de abril de 1983,
portador do RG nº 7.397.401-1/PR,
e outorga-lhe o presente diploma a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.*

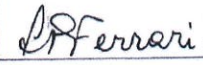
Curitiba, 12 de março de 2019.


Secretário Geral


Diplomado



**SELO NO
VERSO**


Reitora

CENTRO UNIVERSITÁRIO AUTÔNOMO DO BRASIL
UNIBRASIL

Credenciado pela Portaria Ministerial Nº 1.024,
de 05 de dezembro de 2014 – D.O.U. de
08/12/2014.

Curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL- PUBLICIDADE E
PROPAGANDA, bacharelado, reconhecido pela Portaria
nº 265 de 03 de abril de 2017, publicada no D.O.U de 04
de abril de 2017.

Centro Universitário Autônomo do Brasil
UNIBRASIL

APOSTILA

O presente diploma confere a Habilitação em
Publicidade e Propaganda.

Curitiba, 12 de março de 2019.

L.P. Ferrari.

Reitora

Profa. Lilian Pereira Ferrari
Reitora

Fábio dos Santos Vicente
Secretário Geral

Serviço de Registro Civil
E 14º TABELIONATO DE NOTAS

CURITIBA 24 SET. 2024

CERTIFICO que esta fotocópia é reprodução
fiel do original apresentado neste cartório.

Tabelionato de Notas
Exclusivo para
Autenticação de Cópia
FXG00998



Rafael Castro Rodrigues
Escritor Juramentado

CENTRO UNIVERSITÁRIO AUTÔNOMO DO BRASIL
UNIBRASIL

Setor de Registro de Diplomas e Certificados –
RDC, criado pela Resolução Nº 03/2016 - CONSU

Diploma registrado sob nº 02387, Livro nº 01, Folha 48,
nos termos dispostos no § 1º, Art. 48 da Lei Nº
9.394/1996, de 20 de dezembro de 1996 – D.O.U. de
23/12/1996 e no § 4º, Art. 2º do Decreto Nº 5.786, de
24 de maio de 2006 – D.O.U. de 25/05/2006.

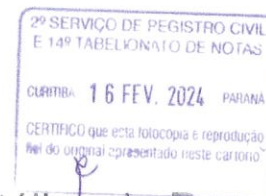
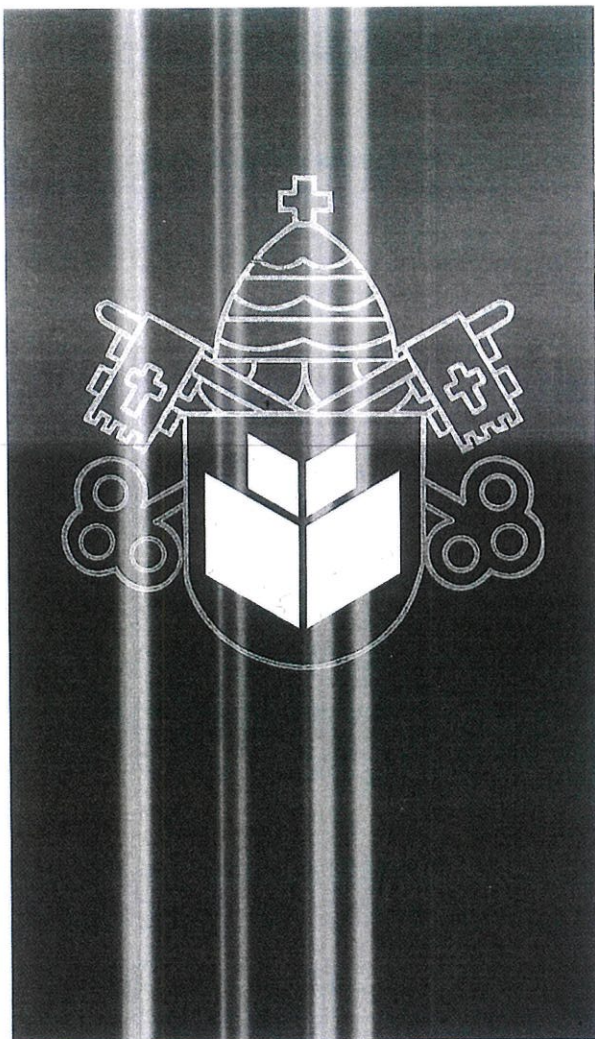
Curitiba, 12 de março de 2019.

Adriane
ADRIANE DE FATIMA DE OLIVEIRA
Supervisora do RDC
Portaria Nº 03/2017 - Reitoria

UNIBRASIL

Nº 6697





Pontifícia Universidade Católica do Paraná

SELO NO
VERSO

CERTIFICADO

O Reitor da Pontifícia Universidade Católica do Paraná / PUCPR, no uso de suas atribuições, tendo em vista a conclusão do Curso de Especialização (*Lato Sensu*) em **COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL** nos termos da Resolução Nº 01/2007- Conselho Nacional de Educação, realizado no período de 31/03/2008 a 30/05/2009, perfazendo um total de 360 horas-aula, confere o presente certificado a **ALBÉRICO VIOMAR BINI**.

Curitiba, 23 de outubro de 2009


CLEMENTE IVO JULIATTO
Reitor


RICARDO TESSAROLO
Pró-Reitor Comunitário e de Extensão

Albérico Bini



96



Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Pró-Reitoria Comunitária e de Extensão

O Registro do presente Certificado se encontra no livro nº ...07...
à folha nº ...10... sob nº ...244...

Curitiba, 26 de outubro de 2009.


PAULO HENRIQUE LAPORTE AMBROZEWICZ
Diretor de Educação Continuada

2º SERVIÇO DE REGISTRO CIVIL
E 14º TABELIONATO DE NOTAS

CURITIBA 16 FEV. 2024

CERTIFICO que esta fotocópia é reprodução
fidel do original apresentado em cartório.

Tabelionato de Notas
Exclusivo para
Autenticação de Cópias


Franciele da Cruz Dias Pinto
Escrevente Juramentada

FMS07133

Lais Campos

SENAC



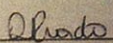
Certificado

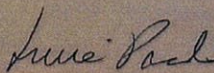
A Gerência do Centro de Desenvolvimento Educacional do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, no uso de suas atribuições regimentais, confere Certificado a

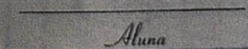
Lais de Almeida Campos,

nascida em Maceió-AL, no dia 19 de setembro de 1987, portadora da cédula de identidade nº 2002006000678, emitida por SSP/AL, por haver concluído, no ano de 2011, o **Curso de Especialização em Artes Visuais cultura e criação**, na área do conhecimento "Educação Profissional", com carga horária de 360 horas, ministrado em nível de pós-graduação lato sensu, pela Unidade EAD - Sergipe.

Aracaju, 20 de dezembro de 2011.


Gerência da Unidade
Dayse Goes Prado
R.G. 894.774


Gerência do CDE
Lúcia Prado
Chefe do Centro de
Desenvolvimento Educacional


Aluna

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

6513



SUBQUESITO 2 – ITEM 3.3.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / EXPERIÊNCIA

Em atendimento ao item 3.3.2 do edital, apresentamos os clientes atualmente atendidos pela Lua, bem como os atestados de pessoas jurídicas que comprovam a capacidade operacional de execução de serviços similares previstos no objeto desta licitação de comunicação institucional digital.

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ



Início do atendimento: setembro/2017 até a presente data.

A Lua Propaganda é uma das parceiras estratégicas do Governo do Paraná, desenvolvendo campanhas de comunicação que visam fortalecer a imagem institucional, prestar contas à sociedade sobre as ações governamentais, informar a população sobre políticas públicas e promover a educação. Com portfólio diversificado, a agência contribui para a comunicação online e offline eficaz do governo, que é um dos líderes de desenvolvimento econômico como quarta maior economia do País.

EDUCAÇÃO



FAZENDA



HABITAÇÃO



SEGURANÇA





COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO
DO ESTADO DE SÃO PAULO (CDHU)



Período de atendimento: setembro/2021 até a presente data.

A CDHU é uma instituição do governo do estado de São Paulo de grande relevância, com atuação marcante no setor de habitação. Tem sido protagonista na construção de um futuro mais justo e digno para milhares de famílias paulistas com a promoção do acesso à moradia digna.

Recentemente, a Lua conquistou três novas contas. São elas:



A Lua Propaganda desenvolveu o novo conceito da Assembleia Legislativa do Paraná: "Paraná. Com tudo. Com todos." Esta campanha foi lançada em 2025, em meios off e on, com destaque para a presença em grandes portais e blogs do estado, e fortalece a imagem institucional do parlamento, amplia a transparência das ações legislativas, informa a população sobre projetos de lei e iniciativas dos deputados, além de promover a cidadania e a participação popular.

Período de atendimento: março/2025 até a presente data.



A Lua é responsável pela presença digital da maior cidade da América Latina. A agência desenvolve conteúdos diversos para o site e as redes sociais da Prefeitura de São Paulo, garantindo comunicação clara, acessível e de interesse público. Com portfólio dinâmico e versátil, a Lua contribui para aproximar a gestão



municipal da população paulistana, informando sobre serviços, ações e programas, além de valorizar a identidade e a diversidade da cidade.

Período de atendimento: abril/2025 até a presente data.



A Lua Propaganda também tem orgulho de ser parceira da Copel, uma das maiores companhias do setor de energia do Brasil. A agência contribui para aproximar ainda mais a Copel da população paranaense, destacando o compromisso com a inovação, a sustentabilidade e a excelência no fornecimento de energia. Com atuação integrada em canais online e offline, a agência ajuda a traduzir a grandiosidade da empresa, de capital aberto, presente em toda a cadeia de energia e reconhecida nacional e internacionalmente pela solidez e pelo desempenho, em mensagens claras, acessíveis e relevantes para todos os públicos.

Período de atendimento: junho/2025 até a presente data.

Na sequência, apresentamos os documentos da Lua que comprovam estas experiências.



ATESTADO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

O ESTADO DO PARANÁ, por intermédio do órgão **SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO**, constituída nos termos da Lei nº 21.352/2023, dotada de personalidade jurídica de direito público, inscrita no CNPJ sob o nº 49.179.188/0001-76 com sede à Praça Nossa Senhora de Salete, S/N, CEP 80.530-909, Curitiba - PR, representada neste ato por Willian dos Santos Silva, no cargo de Diretor de Publicidade da Secretaria de Estado da Comunicação do Paraná, **ATESTA**, através desta declaração, que a empresa **LUA PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ sob nº 05.916.755/0001-54, com sede em São Paulo, na Rua Fidêncio Ramos nº195 – Conj. 126, 12º Andar – Vila Olímpia, (SP) - CEP: 04551-010 e filial inscrita no CNPJ sob nº 05.616.755/0003-16, localizada na Av. Cândido de Abreu nº776 – Conj. 1001, 10º Andar – Centro Cívico (PR) - CEP: 80530-000, por meio do contrato nº.020/2022, firmado entre as partes em 23 de agosto de 2022 que se encontra vigente, vem prestando a esta Secretaria os serviços contratados de forma tecnicamente correta, proba, cumprindo os prazos convencionados e cujo objeto é a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da Secretaria de Estado da Comunicação Social e Cultura, atividades realizadas integradamente e concomitante, quais sejam:

- a) ao planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à compra de mídia e à distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;
- b) à intermediação e à supervisão da execução externa de atividades complementares, como os serviços especializados de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e da produção e à execução técnica das peças e projetos criados pela agência;
- c) à criação de peças de comunicação no ambiente digital, incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile e a gestão de canais de conteúdo, monitoramento e gestão de relacionamento em mídias sociais, incluindo-se o planejamento digital estratégico, a personalização de canais e perfis, a criação de peças para postagens em diferentes formatos (vídeos, imagens, áudios, texto, animações, infográficos, e-books, entre outros formatos);
- d) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação descritos na alínea "b", têm por finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com o objeto do contrato.



A referida agência de publicidade presta os serviços de acordo com as atividades constantes como objeto do contrato, cumprindo rigorosamente as exigências contratuais, tais como prazo e qualidade e nada constando, durante a vigência do contrato, que desabonasse sua conduta.

Período de atendimento – agosto/2022 – atual.

Exemplos de cases de campanhas de comunicação recentes com mídia digital feita pela Lua Propaganda: Verão maior fevereiro, 2024, IPVA janeiro/2024 e janeiro/2025, Paraná Supermercado do mundo março/2025 e Grandes entregas de dezembro de 2024.

Vale ressaltar os dados alcançados pela campanha Verão Maior: o turismo no Paraná cresceu 13,7% no primeiro quadrimestre de 2023, segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Além disso, a programação do Verão Maior Paraná bateu o recorde de todas as edições. Gerando mídia espontânea em 15 estados, com mais de 1.750 matérias publicadas por 219 veículos de comunicação, que impactaram em torno de 24 milhões de pessoas. Um ganho de exposição em mídia de mais de 7 milhões e 600 mil reais.

Curitiba, 03 de junho de 2025.

Willian dos Santos Silva
Diretor de Publicidade da
Secretaria de Estado da Comunicação do Paraná
Telefone: (41) 3350-2645
Email: willianssilva@secom.pr.gov.br



autentique

Autenticação eletrônica 3/3
Data e horários em GMT -3:00 São Paulo
Última atualização em 03 jun 2025 às 14:11
Identificador: e07ef396bb49f8708f364da5ea676ace8f401dcc6ee498fc0

Página de assinaturas

Willian Silva
389.617.018-00
Signatário

HISTÓRICO

- | | | |
|-------------------------|--|--|
| 03 jun 2025
13:34:27 | | Aurelio Alves de Almeida criou este documento. (Empresa: Lua Propaganda Ltda, CNPJ: 05.916.755/0001-54, Email: financeiro@lua.ag, CPF: 033.955.549-10) |
| 03 jun 2025
14:11:43 | | Willian dos santos silva (Email: willianssilva@secom.pr.gov.br, CPF: 389.617.018-00) visualizou este documento por meio do IP 200.189.118.91 localizado em Curitiba - Paraná - Brazil |
| 03 jun 2025
14:11:53 | | Willian dos santos silva (Email: willianssilva@secom.pr.gov.br, CPF: 389.617.018-00) assinou este documento por meio do IP 200.189.118.91 localizado em Curitiba - Paraná - Brazil |



Escaneie a imagem para verificar a autenticidade do documento
Hash SHA256 do PDF original 2d0f597ca02ba01ea4f699590a39bf994db30a958cfb214ca7c13b71d0587fd0
<https://valida.ae/e07ef396bb49f8708f364da5ea676ace8f401dcc6ee498fc0>





ATESTADO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - CDHU, inscrita no CNPJ sob o nº 47.865.597/0001-09 com sede na Rua Boa Vista, 170 13º andar - Bloco 2 - Centro CEP: 01014-930 - São Paulo/SP, representada neste ato por Lucas Ungaretti Francoio, no cargo de Superintendente de Comunicação Social, **ATESTA**, através desta declaração, que a empresa **LUA PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ sob n.º 05.916.755/0001-54, com sede em São Paulo, na Rua Fidêncio Ramos nº195 – Conj. 126, 12º

Andar – Vila Olímpia, (SP) - CEP: 04551-010 e filial inscrita no CNPJ sob n.º 05.616.755/000316, localizada na Av. Cândido de Abreu nº776 – Conj. 1001, 10º Andar – Centro Cívico (PR) - CEP: 80530-000, por meio do contrato nº 9.01.03.00/1.00.00.00/0017/20, firmado entre as partes em 06 de março de 2020 que se encontra vigente, vem prestando a esta Companhia os serviços contratados de forma tecnicamente correta, proba, cumprindo os prazos convencionados e cujo objeto é a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da CDHU, atividades realizadas integralmente e concomitante, quais sejam:

- a) ao planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à compra de mídia e à distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;
- b) à intermediação e à supervisão da execução externa de atividades complementares, como os serviços especializados de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e da produção e à execução técnica das peças e projetos criados pela agência;
- c) à criação de peças de comunicação no ambiente digital, incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile e a gestão de canais de conteúdo, monitoramento e gestão de relacionamento em mídias sociais, incluindo-se o planejamento digital estratégico, a personalização de canais e perfis, a criação de peças para postagens em diferentes formatos (vídeos, imagens, áudios, texto, animações, infográficos, e-books, entre outros formatos);
- d) o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação descritos na alínea “b”, têm por finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com o objeto do contrato.

A referida agência de publicidade presta os serviços de acordo com as atividades constantes como objeto do contrato, cumprindo rigorosamente as exigências contratuais, tais como prazo e qualidade e nada constando, durante a vigência do contrato, que desabonasse sua conduta.

LUF



Período de atendimento – 06/03/2020 – atual.

Exemplos de cases de campanhas de comunicação recentes com mídia digital feita pela Lua

Propaganda: Regularização Fundiária – agosto/2024, Novo Casa Paulista setembro e outubro/2024, Crédito Imobiliário Dezembro/2024 e janeiro/2025 e Balanço de março 2025 e abril/2025.

A campanha Novo Casa Paulista alcançou resultados expressivos em curto período: aumento de mais 100% do número de pessoas que acessaram a página do programa Casa Paulista para obterem informações sobre o programa. Além disso, foi observado o aumento do uso de palavras-chave relacionadas à campanha e programa, como, por exemplo, "Casa Paulista". Em certos momentos, a busca pelo termo superou a busca pelo programa federal Minha Casa, Minha Vida (fonte: Google Trends). Durante o período da campanha, foram feitas mais de 5 mil novas inscrições no CCI, programa de crédito do Novo Casa Paulista, ajudando assim o governo a cumprir sua meta de reduzir o déficit de Habitação do Estado de São Paulo.

Por ser verdade, firmo o presente:

São Paulo, 30 de maio de 2025.

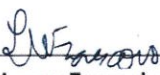
Lucas Ungaretti Francoio
Superintendente de Comunicação Social
Telefone: (11) 2505-2399
Email: publicidade@cdhu.sp.gov.br



autentique

Autenticação eletrônica 3/3
Data e horários em GMT -3:00 São Paulo
Última atualização em 03 jun 2025 às 07:10
Identificador: b477aaa8bfc1fa558d931b70165634a7509052ee5e44336ff

Página de assinaturas


Lucas Francoio
347.193.298-45
Signatário

HISTÓRICO

- | | | |
|-------------------------|---|---|
| 02 jun 2025
19:04:33 |  | Aurelio Alves de Almeida criou este documento. (Empresa: Lua Propaganda Ltda, CNPJ: 05.916.755/0001-54, Email: financeiro@lua.ag, CPF: 033.955.549-10) |
| 03 jun 2025
07:10:09 |  | Lucas Ungaretti Francoio (Email: publicidade@cdhu.sp.gov.br, CPF: 347.193.298-45) visualizou este documento por meio do IP 179.209.47.112 localizado em São Paulo - São Paulo - Brazil |
| 03 jun 2025
07:10:09 |  | Lucas Ungaretti Francoio (Email: publicidade@cdhu.sp.gov.br, CPF: 347.193.298-45) assinou este documento por meio do IP 179.209.47.112 localizado em São Paulo - São Paulo - Brazil |



Escaneie a imagem para verificar a autenticidade do documento
Hash SHA256 do PDF original d35873b3179a094aa6d7d9eec83ec09564791892d3997bc5957e6e958c20a287
<https://valida.ae/b477aaa8bfc1fa558d931b70165634a7509052ee5e44336ff>





107



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ

Centro Legislativo Presidente Aníbal Khury

Praça Nossa Senhora de Salette S/N - Bairro Centro Cívico - CEP 80530-911 - Curitiba - PR - www.assembleia.pr.leg.br

ATESTADO

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A PARANÁ ASSEMBLEIA LEGISLATIVA, sediada na Praça Nossa Senhora da Salette, s/nº bairro Centro Cívico, CEP: 80.530-911 na cidade de Curitiba, Estado do Paraná, inscrita no CNPJ sob o nº 77.799.542/0001-09, declara para os devidos fins que a **LUA PROPAGANDA LTDA**, com a matriz na Rua Fidêncio Ramos, nº 195, 12º Andar, Conj. 776, Vila Olímpia, São Paulo/SP – CEP 04.551-010 e sede na Avenida Cândido de Abreu, nº 776, Conj. 1001/1002, Edif. World Business, Centro Cívico, CEP 80.530-000, na cidade de Curitiba/PR, inscrita no CNPJ/MF sob nº 05.916.755/0001-54 (matriz) e 05.916.755/0003-16 (filial) é uma das agências de publicidade contratadas, por meio da Concorrência Pública nº 002/2024, Contrato nº 007/2025 de março/2025 que se encontra vigente, vem prestando os serviços contratados de forma tecnicamente correta, proba, cumprindo os prazos convencionados e cujo objeto é a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ, atividades realizadas integralmente e concomitante, quais sejam:

- a) ao planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à compra de mídia e à distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;
- b) à intermediação e à supervisão da execução externa de atividades complementares, como os serviços especializados de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e da produção e à execução técnica das peças e projetos criados pela agência;
- c) à criação de peças de comunicação no ambiente digital, incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile e a gestão de canais de conteúdo, monitoramento e gestão de relacionamento em mídias sociais, incluindo-se o planejamento digital estratégico, a personalização de canais e perfis, a criação de peças para postagens em diferentes formatos (vídeos, imagens, áudios, texto, animações, infográficos, e-books, entre outros formatos);
- d) o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.



As pesquisas e outros instrumentos de avaliação descritos na alínea "b", têm por finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com o objeto do contrato.

A referida agência de publicidade presta os serviços de acordo com as atividades constantes como objeto do contrato, cumprindo rigorosamente as exigências contratuais, tais como prazo e qualidade e nada constando, durante a vigência do contrato, que desabonasse sua conduta.

Período de atendimento – março/2025 – atual.

Exemplos de campanhas de comunicação recentes com mídia digital feita pela agência Lua Propaganda Ltda: Reposicionamento 2025 e Campanha Institucional 2025.

Atenciosamente,

- **Gestor de Publicidade:** João Evaristo Debiasi (matrícula nº 3024861) – Diretor de Comunicação;
- **Gestora Técnica– Titular:** Ursula Poli – matrícula nº 3024486;
- **Gestora Administrativa: Titular –** Marli Marlei Benthien Zaunir (matrícula nº 5055513)
- **Fiscal de Contrato:** Gustavo Chamecki Altheia de Mello – matrícula nº 3025816;



Documento assinado digitalmente por **Marli Marlei Benthien Zaunir, Assessor(a) Administrativo**, em 21/08/2025, às 10:11, conforme Ato da Comissão Executiva nº 2201/2019. N° de Série do Certificado: 1299888860846940029



Documento assinado digitalmente por **Gustavo Chamecki Altheia De Mello, Assessor(a) Administrativo**, em 21/08/2025, às 10:27, conforme Ato da Comissão Executiva nº 2201/2019. N° de Série do Certificado: 9083235994600851963



Documento assinado digitalmente por **Ursula Poli, Assessor(a) Administrativo**, em 21/08/2025, às 11:59, conforme Ato da Comissão Executiva nº 2201/2019. N° de Série do Certificado: 1299888895240056769



Documento assinado digitalmente por **João Evaristo Debiasi, Diretor de Comunicação**, em 21/08/2025, às 12:31, conforme Ato da Comissão Executiva nº 2201/2019. N° de Série do Certificado: 9083238197720231231



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://www.assembleia.pr.leg.br/sei/verificar> informando o código verificador **1267348** e o código CRC **99046EE5**.



ATESTADO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A empresa **LUA PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ sob n.º 05.916.755/0001-54, com sede em São Paulo, na Rua Fidêncio Ramos nº195 – Conj. 126, 12º Andar – Vila Olímpia, (SP) - CEP: 04551-010 e filial inscrita no CNPJ sob n.º 05.616.755/0003-16, localizada na Av. Cândido de Abreu nº776 – Conj. 1001, 10º Andar – Centro Cívico (PR) - CEP: 80530-000, por meio do contrato nº 001/2025-PREF/SECOM, firmado entre as partes em 8 de abril de 2025 que se encontra vigente, **DECLARA** que vem prestando a Secretaria Especial de Comunicação os serviços contratados conforme **Termo de Contrato (anexo)** nº 001/2025-PREF/SECOM, cujo objeto é a prestação de serviços de comunicação digital, Nota de Empenho n.º 47.042/2025, emitida em favor dessa empresa, para suporte às despesas relativas ao Contrato, conforme autorização exarada no processo n.º 6010.2023/0004029-6.

Os serviços prestados neste contrato, são:

- a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;
- b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;
- c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos da Prefeitura da Cidade de São Paulo, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com as novas tecnologias.

Para execução do objeto deste contrato, as demandas são atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar a Secretaria Especial de Comunicação na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo Produtos e Serviços Essenciais, nas seguintes categorias:

- 1. Design;
- 2. Apresentação;
- 3. Planejamento Estratégico;
- 4. Planejamento Tático;
- 5. Métricas e Avaliações;
- 6. Conteúdo;
- 7. Peças Digitais;
- 8. Fotografia;
- 9. Vídeo;
- 10. Áudio;
- 11. Redes Sociais;
- 12. Manuais;
- 13. Atendimento;
- 14. Ferramentas de Comunicação Digital.



PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS	Complexidade	Quantidade
1.1 DESIGN		
1.1.1 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE ÍCONE	não se aplica	120
1.1.2 ADAPTAÇÃO OU REPLICAÇÃO DE TELA	Baixa	12
	Média	12
	Alta	12
1.1.3 ELEMENTO GRÁFICO PARA PROPRIEDADE DIGITAL	Baixa	12
	Alta	12
1.2 APRESENTAÇÃO		
1.2.1 ROTEIRIZAÇÃO DE APRESENTAÇÃO	Baixa	24
	Média	12
	Alta	6
1.2.2 DIAGRAMAÇÃO DE APRESENTAÇÃO	Baixa	18
	Média	12
	Alta	6
1.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO		
1.3.1 MAPEAMENTO DE PRESENÇA DIGITAL	Baixa	18
	Média	12
	Alta	6
1.3.2 DIAGNÓSTICO E MATRIZ ESTRATÉGICA	Baixa	6
	Média	6
	Alta	6
1.3.3 DIAGNÓSTICO DE CONTEÚDO	não se aplica	6
1.3.4 PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO	não se aplica	12
1.3.5 DIAGNÓSTICO DE SAÚDE DIGITAL DA MARCA OU TEMA	não se aplica	6
1.3.6 GESTÃO DA REDE DE INFLUENCIADORES DIGITAIS	Baixa	12
	Média	8
	Alta	6
1.3.7 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	não se aplica	2
1.4 PLANEJAMENTO TÁTICO		
1.4.1 ARQUITETURA DE PROPRIEDADE DIGITAL	Baixa	6
	Média	6
	Alta	6
1.4.2 CRIAÇÃO/ADEQUAÇÃO DE LAYOUT DE PROPRIEDADE DIGITAL	não se aplica	12
1.4.3 PROJETO EDITORIAL	não se aplica	12
1.4.4 PLANO DE TAGUEAMENTO DE PROPRIEDADE DIGITAL	Baixa	6
	Média	3
	Alta	2
1.4.5 MIGRAÇÃO DE CONTEÚDO	Baixa	12
	Média	6
	Alta	3
	Altíssima	1
1.4.6 ESCOPO FUNCIONAL DE MÓDULO	Baixa	8
	Média	4
	Alta	2
1.4.7 ESCOPO FUNCIONAL DE PROPRIEDADE DIGITAL	Baixa	6
	Média	6
	Alta	6



1.5 MÉTRICAS E AVALIAÇÕES		
1.5.1 RELATÓRIO DE ANÁLISE DE PROPRIEDADE DIGITAL	não se aplica	24
1.5.2 RELATÓRIO "RELATAR ERROS"	não se aplica	24
1.5.3 RELATÓRIO DE BUSINESS INTELIGENCE (BI) DE PROPRIEDADE DIGITAL	não se aplica	6
1.5.4 RELATÓRIO DE DESEMPENHO DE REDES SOCIAIS	não se aplica	6
1.5.5 RELATÓRIO DE ANÁLISE DE AÇÃO DE COMUNICAÇÃO EM PROPRIEDADE DIGITAL E SUAS RESPECTIVAS REDES	Baixa	4
	Média	4
	Alta	4
1.5.6 RELATÓRIO ESTRATÉGICO GERENCIAL DE MONITORAMENTO	não se aplica	4
1.5.7 RELATÓRIO GERENCIAL CONSOLIDADO DE PROPRIEDADE DIGITAL	não se aplica	4
1.6 CONTEÚDO		
1.6.1 MONTAGEM E CRIAÇÃO DE CAPA/PÁGINA DE SITE/PORTAL	Baixa	12
	Média	6
	Alta	4
1.6.2 ATUALIZAÇÃO DE PÁGINA PRINCIPAL DE SITE/PORTAL	Baixa	240
	Média	120
	Alta	60
1.6.3 PAUTA	Baixa	48
	Média	24
	Alta	12
1.6.4 EDIÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA	Baixa	36
	Média	24
	Alta	12
1.6.5 ELABORAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA	Baixa	36
	Média	24
	Alta	12
1.6.6 EDIÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA PORTUGUESA	Baixa	120
	Média	60
	Alta	30
1.6.7 ELABORAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA PORTUGUESA	Baixa	120
	Média	60
	Alta	30
1.6.8 PESQUISA ICONOGRÁFICA	não se aplica	60
1.6.9 CAPACITAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDO	Baixa	6
	Média	6
	Alta	6
1.6.10 PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDO	não se aplica	480
1.7 PEÇAS DIGITAIS		
1.7.1 INFOGRÁFICO	Baixa	120
	Média	60
	Alta	30
1.7.2 E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
1.7.3 BANNER	Baixa	120
	Média	60
	Alta	24
1.7.4 ADAPTAÇÃO DE BANNER	Baixa	24
	Média	24
	Alta	12



1.8 FOTOGRAFIA		
1.8.1 PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA	Baixa	48
	Média	24
	Alta	12
1.9 VÍDEO		
1.9.1 VÍDEO REPORTAGEM	Baixa	12
	Média	6
	Alta	4
	Altíssima	4
1.9.2 VÍDEO DEPOIMENTO	Baixa	12
	Média	6
1.9.3 VÍDEO ANIMAÇÃO	Baixa	24
	Média	12
	Alta	6
1.9.4 VÍDEO COLAGEM	Baixa	12
	Média	6
	Alta	6
1.9.5 VÍDEO PREMIUM	Baixa	12
	Média	6
	Alta	6
	Altíssima	4
1.9.6 REEDIÇÃO DE VÍDEO	Baixa	36
	Média	24
	Alta	12
1.9.7 TRANSMISSÃO AO VIVO PARA AMBIENTE DIGITAL	não se aplica	52
1.9.8 TRANSCRIÇÃO DE VÍDEO	Baixa	52
	Média	12
	Alta	12
	Altíssima	6
1.9.9 LEGENDAGEM DE VÍDEO	Baixa	52
	Média	12
	Alta	12
	Altíssima	6
1.9.10 CORTE DE VÍDEO	não se aplica	24
1.9.11 CRIAÇÃO DE VINHETA	não se aplica	72
1.9.12 TROCA DE VINHETA	não se aplica	24
1.9.13 LIBRAS EM VÍDEO	Baixa	36
	Média	24
	Alta	12
1.9.14 AUTODESCRIÇÃO EM VÍDEO	Baixa	36
	Média	12
	Alta	6
1.10 ÁUDIO		
1.10.1 PODCAST	não se aplica	120
1.10.2 REEDIÇÃO DE ÁUDIO	não se aplica	24



1.11 REDES SOCIAIS		
1.11.1 CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS	Baixa	12
	Média	6
	Alta	3
1.11.2 MODERAÇÃO EM REDES SOCIAIS	Baixa	12
	Média	6
	Alta	3
1.11.3 MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS	Baixa	12
	Média	6
	Alta	3
1.12 MANUAIS		
1.12.1 MANUAL DE BOAS PRÁTICAS PARA INDEXAÇÃO DE CONTEÚDO	não se aplica	1
1.12.2 ELABORAÇÃO DE MANUAL TEXTUAL	Baixa	1
	Média	1
	Alta	1
1.12.3 ELABORAÇÃO DE MANUAL VISUAL (GUIA DE ESTILO)	Baixa	1
	Média	2
	Alta	4
1.12.4 ELABORAÇÃO DE MANUAL VISUAL (GUIA DE ESTILO) - EXPRESSO	não se aplica	1
1.12.5 DIAGRAMAÇÃO DE MANUAL	Baixa	6
	Média	3
	Alta	3
1.12.6 DIAGRAMAÇÃO DE MANUAL - EXPRESSO	não se aplica	1
1.12.7 CRIAÇÃO DE ITEM NOVO EM MANUAL VISUAL	não se aplica	6
1.12.8 EDIÇÃO DE PÁGINA MANUAL VISUAL	Baixa	12
	Média	6
1.12.9 PROJETO GRÁFICO MANUAL	não se aplica	6
1.12.10 ATUALIZAÇÃO DE MANUAIS ORIENTADORES	Baixa	12
	Média	6
	Alta	3
	Altíssima	2
1.13 ATENDIMENTO		
1.13.1 ATENDIMENTO DE DEMANDAS	Baixa	12
	Média	6
	Alta	3



2.1 FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL		
2.1.1 DISPARO DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS	Baixa	12
	Média	12
	Alta	12
2.1.2 VISUAL BUSINESS INTELLIGENCE	não se aplica	6
2.1.3 RELEASE PARA ATUALIZAÇÃO DE PROPRIEDADE DIGITAL	não se aplica	1
2.1.4 FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL - DISPARO DE E-MAIL MARKETING	não se aplica	1
2.1.5 SETUP FERRAMENTA - E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
2.1.6 INSTALAÇÃO E CONFIGURAÇÃO DE CAPÍTULO (SUBLISTA) - E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
2.1.7 HIGIENIZAÇÃO DA BASE - E-MAIL MARKETING	não se aplica	4
2.1.8 BALANÇO DE USO DA PLATAFORMA - E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
2.1.9 GESTÃO E MANUTENÇÃO DA PLATAFORMA - E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
2.1.10 SUPORTE AO USUÁRIO - E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
2.1.11 DISPARO DE E-MAIL MARKETING	não se aplica	24
2.1.12 GESTÃO E MANUTENÇÃO DE DEPARTAMENTOS (SUBLISTA) - E-MAIL MARKETING	não se aplica	48
2.1.13 TREINAMENTO DE USUÁRIOS - E-MAIL MARKETING	não se aplica	6
2.1.14 ATENDIMENTO TÉCNICO	Baixa	12
	Média	12
	Alta	12

Período de atendimento – abril/2025 – atual.

Os materiais elaborados pela Lua para a Prefeitura de São Paulo podem ser observados nos seguintes canais oficiais:

prefeitura.sp.gov.br
<https://www.facebook.com/PrefSP>
<https://www.instagram.com/prefsp/#>
<https://www.tiktok.com/@prefsp>
<https://x.com/prefsp>

Curitiba, 23 de agosto de 2025.

Sheila de Moura Matos
Representante legal
RG nº 33.822.754-4
CPF nº 315.721.318-02



ATESTADO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A **COMPANHIA PARANAENSE DE ENERGIA - COPEL**, CNPJ no 76.483.817/0001-20, por intermédio do contrato feito em convênio com a **SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO, ATESTA**, através desta declaração, que a empresa **LUA PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ sob n.º 05.916.755/0001-54, com sede em São Paulo, na Rua Fidêncio Ramos nº195 – Conj. 126, 12º Andar – Vila Olímpia, (SP) - CEP: 04551-010 e filial inscrita no CNPJ sob n.º 05.616.755/0003-16, localizada na Av. Cândido de Abreu nº776 – Conj. 1001, 10º Andar – Centro Cívico (PR) - CEP: 80530-000, por meio do contrato nº. 06/2017, firmado entre as partes em 14 de setembro de 2017 e o CONTRATO COPEL Nº 4600030228/2025 que se encontra vigente, vem prestando a Companhia Paranaense de Energia os serviços contratados de forma tecnicamente correta, proba, cumprindo os prazos convencionados e cujo objeto é a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da Copel, atividades realizadas integradamente e concomitante, quais sejam:

- a) ao planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à compra de mídia e à distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;
- b) à intermediação e à supervisão da execução externa de atividades complementares, como os serviços especializados de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e da produção e à execução técnica das peças e projetos criados pela agência;
- c) à criação de peças de comunicação no ambiente digital, incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile e a gestão de canais de conteúdo, monitoramento e gestão de relacionamento em mídias sociais, incluindo-se o planejamento digital estratégico, a personalização de canais e perfis, a criação de peças para postagens em diferentes formatos (vídeos, imagens, áudios, texto, animações, infográficos, e-books, entre outros formatos);
- d) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação descritos na alínea “b”, têm por finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com o objeto do contrato.

A referida agência de publicidade presta os serviços de acordo com as atividades constantes como objeto do contrato, cumprindo rigorosamente as exigências contratuais, tais como prazo e qualidade e nada constando, durante a vigência do contrato, que desabonasse sua conduta.



Período de atendimento – setembro/2017 – agosto/2025.

Exemplos de case de campanha de comunicação com mídia digital feita pela Lua

Propaganda: Campanha Acreditar sobre o investimento da Copel no Paraná no ano de 2021. A Copel é uma das principais companhias de energia do Brasil. E a campanha da Lua mostrou a todos uma empresa paranaense que acredita na força do seu estado e investe muito para que a população tenha energia para chegar cada vez mais longe. Agora em 2025 a Lua foi novamente a responsável pela campanha de investimento da Copel com resultados expressivos na campanha que atingiu mais de 87 MILHÕES de impactos em TV, rádio, OOH, impresso e digital em 30 dias, atingindo 85% da população do Paraná no alcance, com uma frequência média de 12 exposições por indivíduo, consolidando uma presença massiva e eficaz em todo estado. Em Meta (instagram e facebook) a campanha obteve um CPC 61% mais barato do que a estimativa inicial e 275% mais cliques que o esperado.

Curitiba, 18 de agosto de 2025.

Daniela Godoy Catisti
Gerente de Departamento de Gestão de Marca e
Eventos da Copel
Telefone: (41) 99925-9447
Email: daniela.catisti@copel.com



ATESTADO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A COMPANHIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PARANÁ, CNPJ no 76.545.011/0001-19, por intermédio do contrato feito em convênio com a **SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO**, ATESTA, através desta declaração, que a empresa **LUA PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ sob n.º 05.916.755/0001-54, com sede em São Paulo, na Rua Fidêncio Ramos nº195 – Conj. 126, 12º Andar – Vila Olímpia, (SP) - CEP: 04551-010 e filial inscrita no CNPJ sob n.º 05.616.755/0003-16, localizada na Av. Cândido de Abreu nº776 – Conj. 1001, 10º Andar – Centro Cívico (PR) - CEP: 80530-000, por meio do contrato nº.020/2022, firmado entre as partes em 23 de agosto de 2022 que se encontra vigente, vem prestando a esta Secretaria os serviços contratados de forma tecnicamente correta, proba, cumprindo os prazos convencionados e cujo objeto é a prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da Secretaria de Estado da Comunicação Social e demais órgãos e autarquias do Governo do Paraná, atividades realizadas integralmente e concomitante, quais sejam:

- a) ao planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à compra de mídia e à distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;
- b) à intermediação e à supervisão da execução externa de atividades complementares, como os serviços especializados de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e da produção e à execução técnica das peças e projetos criados pela agência;
- c) à criação de peças de comunicação no ambiente digital, incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile e a gestão de canais de conteúdo, monitoramento e gestão de relacionamento em mídias sociais, incluindo-se o planejamento digital estratégico, a personalização de canais e perfis, a criação de peças para postagens em diferentes formatos (vídeos, imagens, áudios, texto, animações, infográficos, e-books, entre outros formatos);
- d) o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação descritos na alínea "b", têm por finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com o objeto do contrato.

A referida agência de publicidade presta os serviços de acordo com as atividades constantes como objeto do contrato, cumprindo rigorosamente as exigências contratuais, tais como prazo e qualidade e nada constando, durante a vigência do contrato, que desabonasse sua conduta.



Período de atendimento – setembro/20217 – atual.

Exemplos de serviços digitais feitos pela Lua Propaganda: novo site da Celepar, portfólio de produtos e filmes para uso em redes sociais.

Curitiba, 02 de junho de 2025.

Documento assinado digitalmente
gov.br LEANDRO HUMBERTO PEREIRA BEGUOCI
Data: 02/06/2025 19:46:43 -0300
verifique em <https://validar.it.gov.br>

Leandro Humberto Pereira
Assessor de Comunicação
RG 160440430
COMPANHIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
E COMUNICAÇÃO DO PARANÁ
CNPJ no 76.545.011/0001-19
Telefone: (11) 98063-0800
Email: beguoci@celepar.pr.gov.br



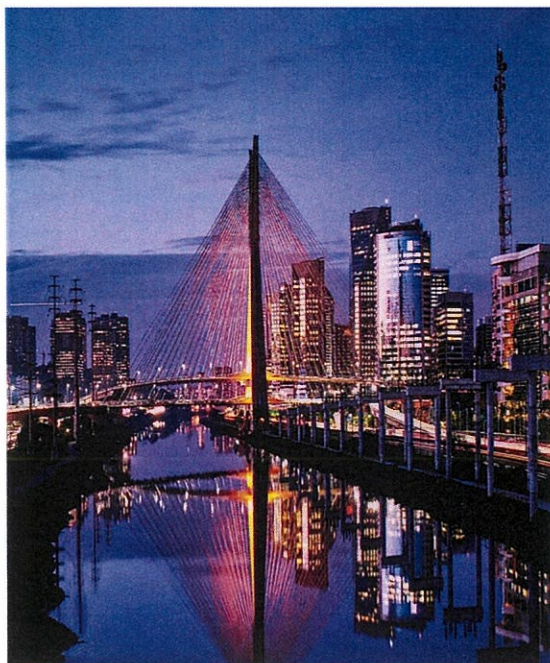
SUBQUESITO 3 – ITEM 3.3.3 SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

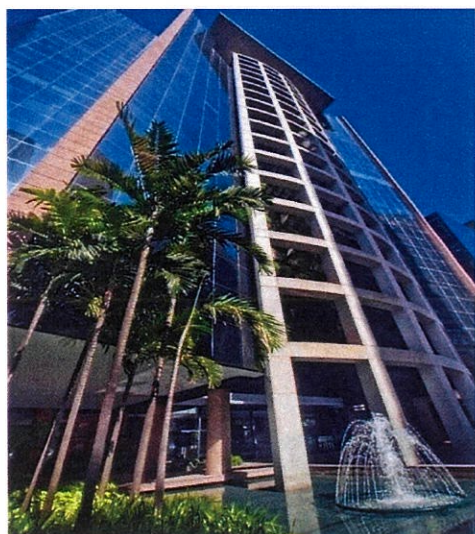
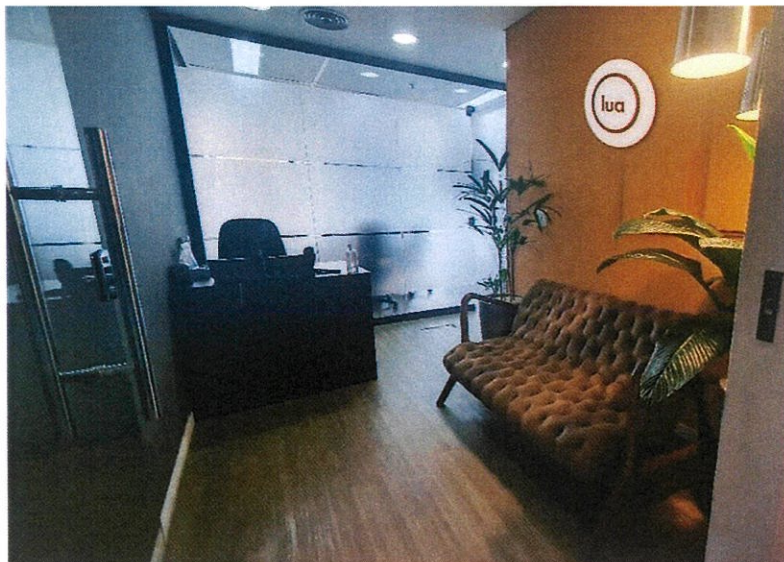
- **Infraestrutura, instalações e recursos materiais que estarão à disposição.**

Com presença nos estados de São Paulo e do Paraná, a Lua Propaganda está estrategicamente posicionada para atender clientes de todo o Brasil. Os escritórios estão equipados com estruturas completas e equipes experientes, o que garante atendimento de qualidade e suporte contínuo. Essa proximidade permite atender mais profundamente às necessidades de cada cliente e se adaptar de modo ágil às demandas de cada projeto.

Escritório São Paulo/SP

Nossa matriz está situada na Rua Fidêncio Ramos, nº 195, Conjunto 126, coração do Bairro Vila Olímpia, CEP: 04.551-010, na cidade de São Paulo/SP. O escritório está distribuído em duas salas de reunião, com capacidade para 12 pessoas, duas salas de operação, com 22 estações de trabalho, CPD, almoxarifado, recepção, copa e dois banheiros. Contamos também com área localizada na Avenida Professor Francisco Morato, nº 5.975, Vila Sônia, CEP: 05.521-300 – São Paulo/SP, destinada a depósito/arquivamento de documentação.







INFRAESTRUTURA DE TECNOLOGIA – SÃO PAULO

- Telecomunicação externa e interna:

20 linhas

18 ramais digitais

32 ramais analógicos

1 aparelho de fax (Panasonic)

1 aparelho Intelbras Ti 830i

- TI – Tecnologia da Informação:

Software:

Sistema de rede local: Windows 2022 Server

Cloud Firewall – Cloudflare

Sistema de e-mail: Hostgator

Conexão de internet: Unix

Estações de trabalho: Windows 10/11

Microsoft Office 365

Adobe Creative Cloud 2025

- Hardware compartilhado:

FIREWALL/Load Balance:

Pentium(R) Dual-Core CPU E5200 @ 2.50GHz



2 CPUs: 1 package(s) x 2 core(s) – 4GB de Ram

Sistema: UNIX

- Servidor de arquivos:

Servidor de rede 1:

Dell Server Power Edge T350 Intel(R) Xeon(R) E-2324G CPU @ 3.10GHz 3.10 GHz

Memória RAM: 16GB

HDS: 2 x 20TB SAS + 2 x 500GB SSD

Sistema Operacional: Window Server 2022

Servidor de rede 2:

Dell Server Power Edge T430 Intel Xeon® E5-2620 (Cache de 15 MB, 2.40GHz, 8.0 GT/s Intel QPI)

Memória RAM: 32 GB

HDs: 6 discos rígidos SAS de 1.8TB, 2.5", 10K rpm (Hot-Plug)

Sistema operacional: Windows Server 2012

Switches:

2 switches DELL X 1026 GIGABIT

1 Access Point Wi-Fi Ubiquiti



- Recursos para impressão:

1 Canon iR-ADV C2030 (impressora, copiadora e scanner)

- Estações de trabalho:

6 Notebook Dell Inspiron 15 Série 3567 – Intel Core i5 8GB 2TB 15,6” Placa de Vídeo 2GBC, Microsoft Office 365, Windows 10

3 Notebook Dell Vostro 15 Série 3520 – Intel 12th Gen Intel(R) Core(TM) i3-1235U 1.30GHz 8GB 256GB 15”, Microsoft Office 365, Windows 11

1 Notebook Dell Inspiron 15 Série 5448 – Intel Core i5 8GB 2TB 15,6” Placa de Vídeo 2GBC, Microsoft Office 365, Windows 10

1 Notebook Dell Inspiron 15 Série 3583 – Intel(R) Core(TM) i5-8265U CPU @ 1.60GHz 1.80 GHz 8GB 250GB 15”, Microsoft Office 365, Windows 11

1 Macbook Intel Core i5: 4 GB DDR, HD 500 GB, Tela 13”, Microsoft Office 365

6 Workstation Core 2 Duo: 2.8 GHz, 4 GB DDR2, HD 320 GB, DVD RW, Windows 10, Microsoft Office 365, Monitor 19”

- Recursos da área de criação:

4 iMac 5K Intel Core i5: 32 GB DDR, HD Fusion Drive de 2TB, Tela 27”

1 iMac Intel Core i5: 8 GB DDR, HD 1TB, Tela 21,5”

Softwares: Microsoft Office 365 e Adobe Creative Cloud 2025



- Sistema aplicativo:

ERP: Publimanager

- Internet:

Vivo Fibra 300MB

Megatelecom 60MB

- RTV:

1 Televisor 55" Samsung

1 Apple TV 4K 32 GB

7

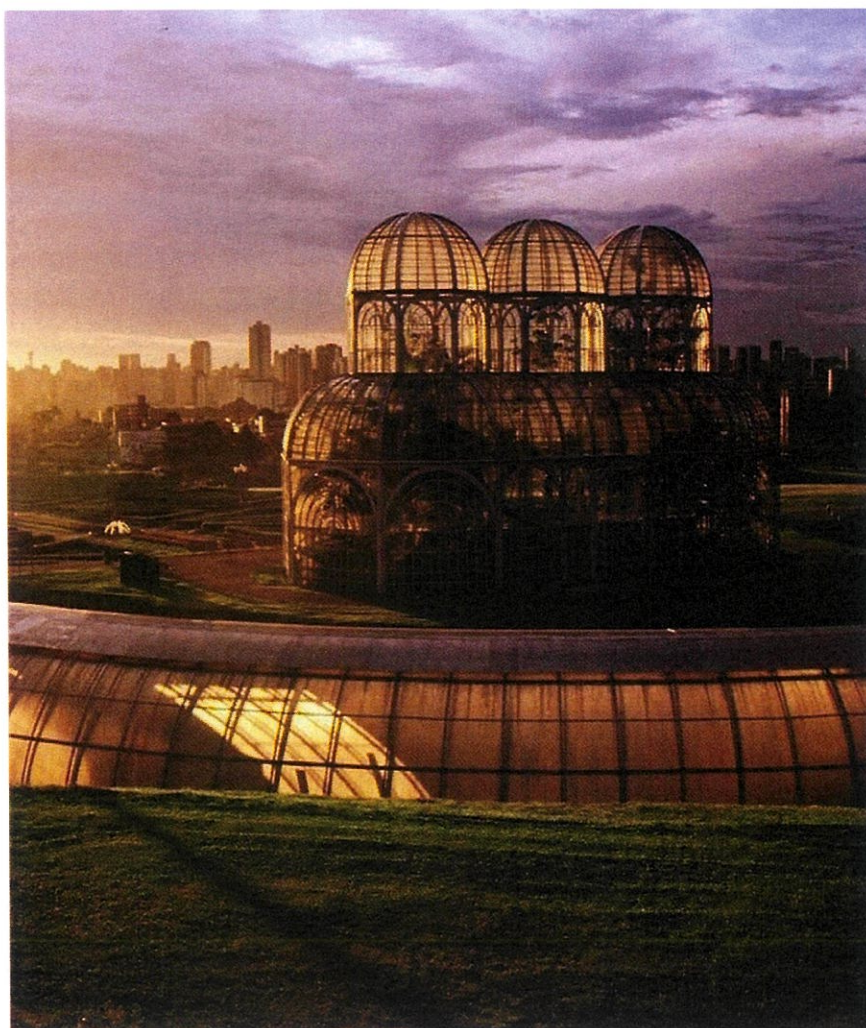
A red handwritten signature or stamp.

A blue handwritten signature.



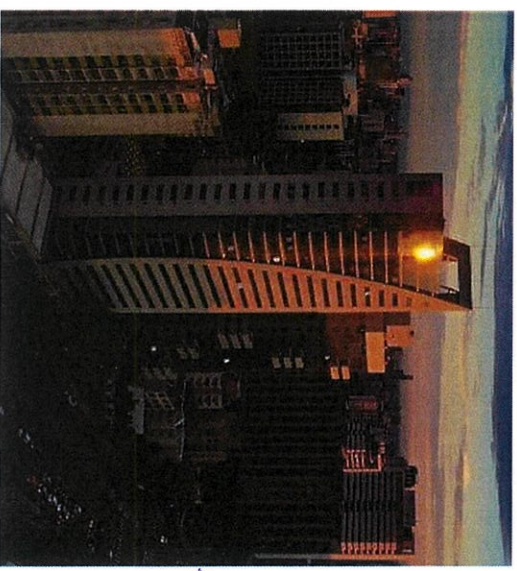
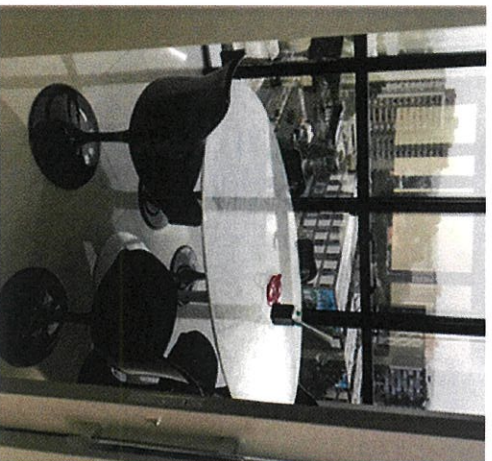
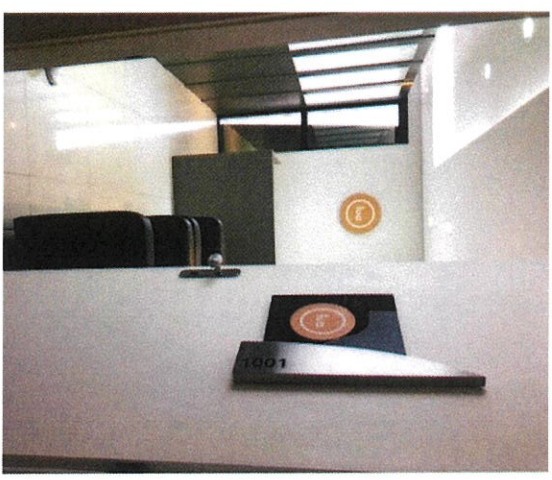
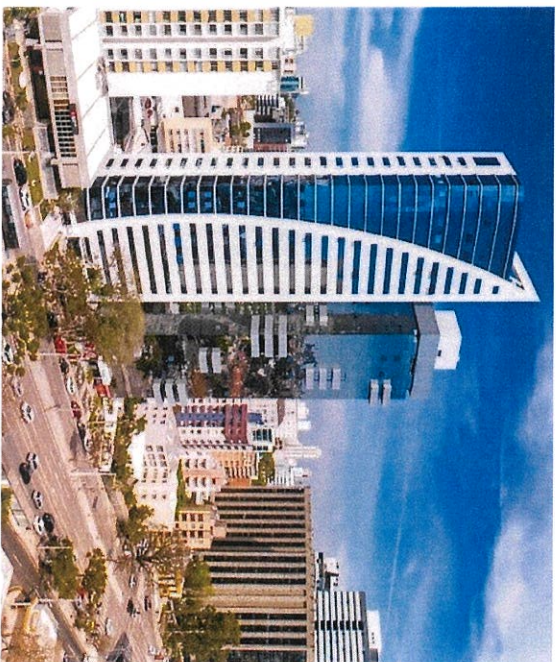
Escritório Curitiba/PR

Nossa filial está situada na cidade de Curitiba-PR, na Avenida Cândido de Abreu, nº 776, Conjuntos 1.001/1.002, Centro Cívico, CEP: 80.530-000, bairro onde os principais órgãos governamentais estão instalados. O escritório está distribuído em duas salas de operação com 14 estações de trabalho, sala de reunião, com capacidade para oito pessoas, CPD, almoxarifado, dois banheiros, recepção e copa. Contamos também com área localizada na Rua Mateus Leme, 127, Centro, CEP: 80.510-190 – Curitiba/PR, destinada a depósito/arquivamento de documentação.



A handwritten signature in blue ink, located at the bottom right of the page.

lua



Rua Fidêncio Ramos 195, 12º andar cj 126, São Paulo-SP – www.lua.ag

127



INFRAESTRUTURA DE TECNOLOGIA – Paraná

- Telecomunicação externa e interna:

14 linhas

14 ramais digitais

1 aparelho Intelbras Ti 830i

- TI – Tecnologia da Informação:

Software:

Sistema de rede local: Windows 2012 Server

Sistema de e-mail: Locaweb

Conexão de internet: Unix

Estações de trabalho: Windows 10

Firewall:

Servidor de internet/firewall:

HP787242-S05 – Servidor ProLiant HP MicroServer Gen8 Intel Pentium G2020T (2.5GHz)

Memória RAM: 8 GB

DVD-ROM: 2 discos rígidos 1TB, 3.5”, 7200 rpm

Sistema: UNIX



- Servidor de arquivos:

Servidor da rede:

LENOVO

Memória RAM: 16 GB

HDs: 1TB E 8 TB

Sistema operacional: Windows 2012 Server

- Recursos para a impressão:

1 Samsung ProXpress M4070FR (impressora, copiadora e scanner)

1 RICOH Aficio MP C2050 M2035 (impressora, copiadora e scanner)

- Estações de trabalho:

10 Notebook Dell Inspiron 15 Série 3000 i15-3576-A72C – Intel Core i7 8GB 2TB 15,6"
Placa de Vídeo 2GBC

4 monitores Dell

Softwares: Microsoft Office e Adobe CC

- Recursos da área de criação:

2 iMac 5K Intel Core i5:32 GB DDR, HD Fusion Drive de 2TB, Tela 27"

1 iMac Intel Core i5:8 GB DDR, HD 1TB, Tela 21,5"



Softwares: Microsoft Office e Adobe CC

- Sistema aplicativo:

ERP: Publimanager

- Internet:

Ligga Telecom

Serviço IP direto 35 Mbps

RTV:

1 Televisor 49" Samsung

- **Sistemática operacional de atendimento**

Apresentamos, a seguir, meios e processos a serem adotados no relacionamento, considerando-se a prestação de serviços tanto nas dependências da Lua Propaganda como nas dependências da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo.

1. O princípio da comunicação de órgãos públicos

A Lua Propaganda entende que a comunicação (digital ou offline) dos órgãos públicos deve seguir o princípio constitucional de ser legal, educativa, informativa e orientadora, conforme o art. 37, § 1º, da Constituição Federal. Esse princípio visa garantir a eficiência e a racionalidade no uso dos recursos públicos, com avaliação constante dos resultados.



A Lua reconhece que a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo exerce papel constitucional essencial ao dar publicidade aos atos públicos, garantindo que as ações e decisões do governo sejam transparentes e acessíveis a todos os cidadãos. Essa atribuição é fundamental para fortalecer a confiança da população, assegurar o direito à informação e permitir que as pessoas acompanhem e compreendam as políticas e iniciativas do estado.

Nesse contexto, a comunicação digital, em todos os canais, desempenha função estratégica para atingir esses objetivos, ampliando o alcance das mensagens, facilitando o acesso imediato às informações e promovendo o diálogo direto com a sociedade. Por meio de presença digital ativa e integrada, a SECOM aproxima o governo da população, facilita o acesso a serviços e programas e estimula a participação cidadã, contribuindo para a transparência, o controle social e o fortalecimento da democracia.

2. Rotina operacional

Iremos dispor de equipe de profissionais experientes, coordenada pela equipe de atendimento, em parceria com as áreas de operação e planejamento, organizando os trabalhos por meio do software Publmanager, que possibilita gerar relatórios de acompanhamento do fluxo de demandas e prazos de todos os departamentos da agência, que garante a boa execução de todas as etapas do processo.

Serão realizadas reuniões semanais de pauta, presenciais ou de forma virtual, com a equipe da Lua e o time da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo, para o alinhamento geral do status de todos os trabalhos em andamento e a identificação de oportunidades que poderão ser exploradas na comunicação digital. Ao final de toda reunião, seja ela de pauta, briefing ou qualquer outro assunto, a Lua enviará, digitalmente, ata com os pontos mais relevantes que foram discutidos e as atribuições das partes, com os prazos acordados para a execução de cada tarefa.



Após a conclusão de cada projeto ou ação de comunicação digital, a Lua enviará, de maneira impressa ou digital, relatório completo contendo todos os detalhes da entrega, incluindo: planejamento, peças/ações/projetos finais, custos de produção, principais resultados que puderem ser mensurados e breve avaliação com pontos fortes e oportunidades a melhorar para futuros projetos.

Por entender a dinâmica de um órgão público, a Lua organiza o fluxo de trabalho para atender a todos os prazos e às necessidades do cliente, respeitando a cadeia de aprovação e decisões necessárias em cada ação digital.

A proatividade, a agilidade e a alta qualidade do produto final são obrigações de todos os profissionais da agência. Por isso, para atendimentos em emergências, mantemos equipe para plantão telefônico, 24 horas por dia, sete dias por semana, à disposição do cliente.

Também acreditamos que é preciso o comprometimento de todo o grupo envolvido no atendimento da conta, o que significa que o alto escalão da agência estará comprometido com as ações da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo.

A Lua adota internamente o conceito dos 5 Rs (Repensar, Reduzir, Reutilizar, Recusar, Reciclar) como diretriz nas operações físicas e digitais. Desde a redução no uso de insumos gráficos até a escolha de materiais sustentáveis. Buscamos atuar de forma responsável também no cotidiano da agência, promovendo boas práticas entre colaboradores e parceiros. A Lua está comprometida com a redução de impactos ambientais e totalmente alinhada aos preceitos de desenvolvimento sustentável de acordo com as declarações contidas nas páginas 60 e 62 do presente caderno em cumprimento ao item 3.4 do edital.

A Lua preza pelo mais elevado nível de ética e transparência no relacionamento com fornecedores e parceiros, trabalhando no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais para transferir para a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo as vantagens obtidas.



Quando identificada a necessidade de execução de um item não previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais listados no termo de referência do edital, será apresentado à Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo:

- Justificativa técnica;
- Estimativa prévia de preços para todos os serviços a serem prestados por ela ou por fornecedores;
- No mínimo, duas cotações coletadas entre empresas que atuem no mercado para serviços não previstos no catálogo de produtos e serviços essenciais e três empresas para despesas com deslocamento de profissionais a serviço;
- Detalhamento das especificações técnicas;
- Não havendo possibilidade de obter duas cotações, a agência apresentará justificativa pertinente por escrito ao gestor do contrato;
- Relatório de viagem para comprovação das despesas com deslocamento de profissionais a serviço.

A seleção e gestão de fornecedores da Lua levará em consideração, sempre que possível, critérios de sustentabilidade, como certificações ambientais, práticas inclusivas e uso de materiais recicláveis ou biodegradáveis. A agência estimulará fornecedores a adotarem práticas responsáveis, buscando fomentar uma cadeia de valor ética e compatível com os princípios da contratação pública sustentável.

3. Confidencialidade

A Lua assume o compromisso de preservar a confidencialidade sobre todas as informações técnicas e outras relacionadas à Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo, comprometendo-se a manter a atualização frequente da estrutura de tecnologia da informação para garantir a segurança dos dados armazenados, assim como adotar rotina de backup, garantindo segurança absoluta no armazenamento dos projetos e das ações criados e produzidos na agência.



4. Responsabilidades e atribuições

Abaixo, as responsabilidades e atribuições dos profissionais que estarão em contato frequente com o cliente.

- **Funções específicas do Atendimento:**

- Cumprir, com qualidade, todas as solicitações do cliente;
- Organizar, comparecer e relatar todas as reuniões que envolvam a comunicação do cliente;
- Organizar, junto com o cliente, prazos e cronogramas de trabalho, responsabilizando-se pelo cumprimento desses prazos;
- Atuar como gestor de projetos, usando de metodologias ágeis para coordenar internamente e externamente o andamento dos trabalhos, mantendo o cliente informado sobre o processo;
- Certificar-se de que os trabalhos estão sendo conduzidos de acordo com a solicitação do cliente;
- Controlar relatórios de investimentos do cliente;
- Manter o cliente informado, por relatório semanal, sobre o andamento de todos os trabalhos, seja na fase inicial, no meio ou na fase final do processo;
- Estar atento e informar o cliente sobre oportunidades de negócio que não estejam inicialmente programadas;
- Fornecer orçamento, estimativas de produção e planos de mídia;
- Aprovar com o cliente orçamento, estimativas de produção dos projetos de comunicação digital;
- Apresentar os projetos e peças em todas as fases do processo;
- Buscar a forma mais ágil e eficiente de comunicação com o cliente.

- **Funções específicas do Atendimento Técnico:**

- Disparar mensagens instantâneas;



- Disparar e-mails;
- Realizar setup de ferramentas;
- Limpar bases de dados (e-mails, leads etc.);
- Fazer gestão de plataforma de inbound;
- Treinar usuários;
- Responder a todas as demandas técnicas do cliente.

- **Funções específicas do Planejamento:**

- Estudar o mercado, a concorrência e o público-alvo de cada projeto;
- Realizar diagnóstico e acompanhamento estratégico institucional do negócio do cliente, buscando oportunidades de potencializar o uso da comunicação digital e atingir os objetivos por ele definidos;
- Mapear a presença digital do cliente;
- Planejar conteúdos;
- Direcionar a criação das ações de comunicação e projetos digitais do cliente;
- Desenvolver novas ferramentas de estratégia e de comunicação digital para o cliente.

- **Funções específicas do Planejamento Tático:**

- Elaborar arquitetura de propriedade digital;
- Planejar tagueamento de propriedade digital;
- Mapear a presença digital do cliente;
- Planejar migração de conteúdo;
- Direcionar a criação das ações de comunicação e projetos digitais do cliente;
- Desenvolver novas ferramentas de estratégia e de comunicação digital para o cliente.



- **Funções específicas da Criação:**

- Analisar, estudar e pesquisar tendências criativas do mercado;
- Desenvolver propostas criativas integradas para projetos e ações digitais;
- Propor soluções criativas que tragam novidade e ineditismo para o cliente;
- Criar roteiros e leiautes que materializam a ideia criativa proposta;
- Acompanhar o processo de desenvolvimento e produção para garantir a qualidade da entrega da linha criativa desenvolvida.

- **Funções específicas de Business Intelligence:**

- Coletar e fazer a integração de dados;
- Analisar dados;
- Reportar o sucesso e também os erros de um projeto, a fim de buscar a melhoria contínua;
- Elaborar reports de desempenho em redes sociais, propriedade digital e monitoramento;
- Criar dashboards.

- **Funções específicas de Conteúdo:**

- Criar conteúdo para todas as redes sociais;
- Realizar otimização para SEO;
- Gerenciar canais digitais;
- Estudar tendências de conteúdo para elaborar projetos inovadores e de alto desempenho;
- Publicar conteúdos;
- Produzir fotografias e imagens para os conteúdos criados;
- Produzir e editar vídeos;
- Produzir podcasts.



- **Funções específicas do Financeiro:**

- Contas a pagar e a receber;
- Cadastro de fornecedores e clientes;
- Faturar e controlar o pagamento de fornecedores;
- Contabilizar;
- Apresentar orçamento de produtos e serviços ligados à manutenção;
- Realizar relatórios financeiros;
- Auxiliar nas questões fiscais e legais.

Como funciona o diagnóstico data-driven na agência

A Lua tem acesso ao mais completo chassi de inteligência digital (com mais de 50 ferramentas de AI proprietárias) para aplicação em **performance, marca e mensagem**. Esta estrutura nos permite auditar a performance, a marca, o mercado e os concorrentes dos nossos clientes. Nos planejamentos e diagnósticos desenvolvidos, em se tratando de comunicação digital, analisamos:

- Saúde digital;
- Equity de marca;
- Semântica;
- Semiótica;
- Posicionamento, arquétipo e persona;
- Argumentos, retórica e narrativa;
- Mapas cognitivos;
- Storytelling.

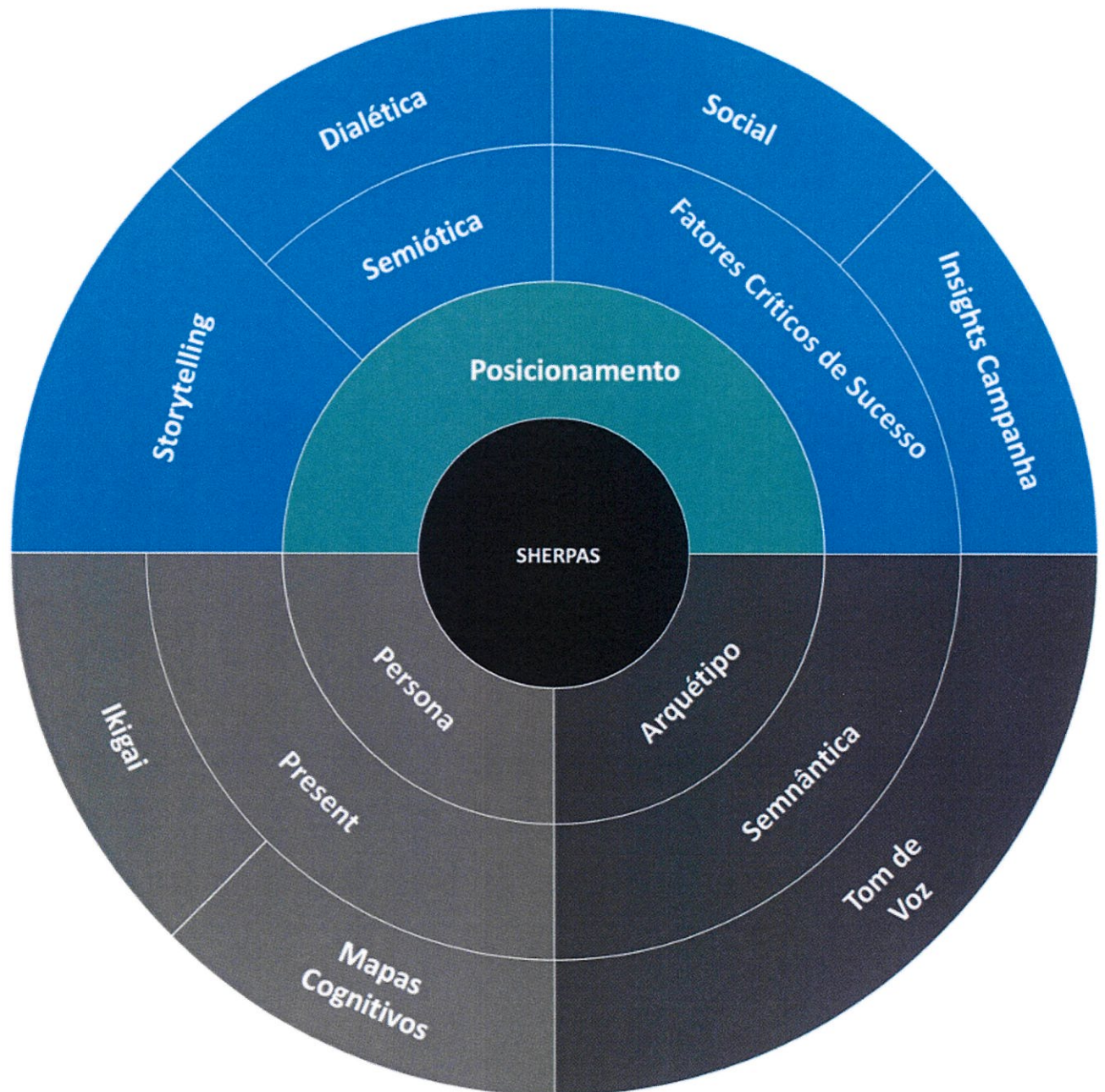


A seguir, na Figura 1 e Figura 2, estão dois diagramas de como funciona essa sistemática.

Figura 1



Figura 2





Por fim, listamos algumas das ferramentas que usaremos para realizar todo o escopo abrangente ao desafio de comunicação digital da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo:



Ferramentas de análise da concorrência que permitem comparar o desempenho do cliente com os principais players do mercado em termos de tráfego, palavras-chave e mídias sociais.



Plataformas de dados demográficos e de mercado que oferecem insights valiosos sobre o público-alvo e as tendências do setor.



↑

Ferramenta indispensável para medir o desempenho de sites e aplicativos, fornecendo dados sobre tráfego, comportamento do usuário e conversões.



Ferramenta para encontrar e se conectar com influenciadores digitais. Possui catálogo completo de criadores de conteúdo, desde microinfluenciadores até grandes celebridades. A plataforma também oferece ferramentas para analisar o desempenho das campanhas e medir o retorno sobre o investimento.



Ferramentas de monitoramento de menções da marca e análise de conteúdo viral, permitindo acompanhar a reputação online e identificar oportunidades de engajamento.

Consideramos essas ferramentas essenciais para a análise e monitoramento de dados, possibilitando decisões mais estratégicas e eficazes para os clientes.



O Buzzmonitor é uma solução robusta para gestão e monitoramento de marcas, reunindo em um único ambiente recursos avançados para atendimento ao cliente, análise de sentimento e mensuração de resultados. A plataforma permite acompanhar em tempo real todas as interações e menções à marca em múltiplos canais digitais, respondendo de forma centralizada, ágil e organizada, o que garante eficiência e qualidade no relacionamento com o público. A tecnologia de análise de sentimento identifica automaticamente percepções positivas, negativas ou neutras, fornecendo insights estratégicos para ajustes rápidos na



comunicação. Além disso, gera relatórios detalhados e personalizáveis que permitem avaliar o desempenho das ações, mensurar resultados e embasar decisões com dados precisos, potencializando a efetividade das estratégias e fortalecendo a imagem institucional.

Exemplos de resultados obtidos em Ações de Comunicação Digital realizadas pela licitante

A Lua Propaganda tem um trabalho sólido em comunicação digital para a administração pública, com resultados expressivos e reconhecidos por premiações nacionais e internacionais. Na campanha do IPVA 2024 para o Governo do Paraná, as ações digitais impactaram mais de 2,3 milhões de pessoas, contribuindo para um aumento de R\$ 245 milhões na arrecadação, resultado que rendeu o prêmio Polaris Awards em 2024. A campanha do Verão Maior Paraná, também para o Governo do Estado, alcançou mais de 133 milhões de impressões em vídeo, impulsionou o turismo em 13,7% no 1º quadrimestre de 2023 e gerou mais de 1.750 matérias espontâneas em 15 estados. Já a campanha feita para o programa Novo Casa Paulista da CDHU e do Governo de São Paulo, dobrou os acessos ao programa no site e obteve mais de 5 mil novas inscrições, conquistando o prêmio Reed Awards 2025 e o Pollie Awards 2025. Na Copel, a campanha de Investimentos e Obras 2025 gerou mais de 87 milhões de impactos em 30 dias, alcançando 85% da população do Paraná, com 71 mil inserções em diferentes mídias e mais de 51 mil cliques e 7,7 milhões de visualizações de vídeo no digital, fortalecendo a imagem da empresa como moderna e essencial para o desenvolvimento do estado. Já na Prefeitura de São Paulo, em apenas 100 dias de gestão de redes sociais, foram conquistados 25 mil novos seguidores de forma orgânica, a partir de estratégias de conteúdo orientadas a dados. Esses resultados comprovam a seriedade, a consistência e a efetividade do trabalho realizado pela agência.

7






QUESITO 3 – ITEM 3.4 Atendimento a Preceitos de Desenvolvimento Sustentável

A licitante apresenta os documentos para comprovar que cumpre preceitos de sustentabilidade e está comprometida com a redução de impactos ambientais, atendendo aos seguintes critérios, apresentando documentação correspondente:

- a) Declaração de Compromisso de Adoção de Práticas de Sustentabilidade; e
- b) Declaração de Cumprimento de Preceitos de Sustentabilidade



Anexo III.1

DECLARAÇÃO (Subitem 4.9.4. “a”)
DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL
E ECONÔMICA

LICITAÇÃO Nº: 006/2025

PROCESSO Nº 005.00000107/2025-83

A Lua Propaganda Ltda., inscrita no CNPJ sob o nº 05.916.755/0001-54, por intermédio de sua representante legal, a Sra. Sheila de Moura Matos, portadora da Carteira de Identidade nº 33.822.754-4 e do CPF nº 315.721.318-02, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) se compromete com a adoção de práticas de responsabilidade e sustentabilidade ambiental, social e econômica, SE comprometendo no mínimo a:

- (i) descartar o material utilizado (lâmpadas, cartuchos, caixas de papelão), fazendo a separação dos resíduos recicláveis, tendo o cuidado necessário com o acondicionamento dos materiais tóxicos: lâmpadas à base de vapor de mercúrio, sódio ou similar; cartuchos e outros, de modo a evitar a evaporação de produtos tóxicos no meio ambiente.
- (ii) destinações dos materiais recicláveis às cooperativas e associações dos catadores, incentivando a prática da reciclagem e a proteção do meio ambiente.
- (iii) utilizar papéis originários de áreas de reflorestamento para reprodução de documentos, sendo que, para os fins a que se destina esta licitação, somente será utilizado papel reciclado.

b) a empresa reconhece sua responsabilidade com o meio ambiente e atesta que adotará todas as medidas necessárias para evitar, atenuar ou reparar os impactos resultantes desta atividade, mantendo-se disponível à fiscalização pelos Órgãos responsáveis.



c) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração, e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos

Representante legal

RG nº 33.822.754-4

CPF nº 315.721.318-02



Anexo III.2

DECLARAÇÃO (Subitem 4.9.4. “b”)

DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE PRECEITOS DE SUSTENTABILIDADE

Eu, Sheila de Moura Matos, portadora do CPF nº 315.721.318-02, como representante devidamente constituída da empresa Lua Propaganda Ltda., inscrita no CNPJ sob o nº 05.916.755/0001-54, doravante denominada Licitante, declaro, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proponente está ciente da responsabilidade ambiental e se compromete em adotar práticas ecologicamente corretas realizando as seguintes ações:

(i) descartar o material utilizado (lâmpadas, cartuchos, caixas de papelão), fazendo a separação dos resíduos recicláveis, tendo o cuidado necessário com o acondicionamento dos materiais tóxicos: lâmpadas à base de vapor de mercúrio, sódio ou similar; cartuchos e outros, de modo a evitar a evaporação de produtos tóxicos no meio ambiente;

(ii) destinar os materiais recicláveis às cooperativas e associações dos catadores, incentivando a prática da reciclagem e a proteção do meio ambiente;

(iii) utilizar papéis originários de áreas de reflorestamento para reprodução de documentos, sendo que, para os fins a que se destina esta licitação, somente será utilizado papel reciclado.

b) a empresa reconhece a responsabilidade com o meio ambiente, adotando todas as medidas necessárias para evitar, atenuar ou reparar os impactos resultantes desta atividade, mantendo-se disponível à fiscalização pelos órgãos responsáveis, e que já iniciou (ou está em fase de implantação) as seguintes medidas:



1. Redução do volume de impressões, priorizando documentos digitais sempre que possível, a fim de diminuir o consumo de papel e insumos gráficos.
2. Utilização de carros por aplicativo para locomoção da equipe, otimizando deslocamentos e reduzindo a necessidade de frota própria, o que contribui para a diminuição de emissões de CO₂ e custos de manutenção veicular.
3. Separação do lixo em recicláveis e não recicláveis, garantindo o encaminhamento adequado para coleta seletiva.
4. Adoção interna do conceito dos 5 Rs (Repensar, Reduzir, Reutilizar, Recusar, Reciclar) como diretriz em operações físicas e digitais, reduzindo o uso de insumos gráficos e priorizando materiais sustentáveis.
5. Seleção e gestão de fornecedores com critérios de sustentabilidade, como certificações ambientais, práticas inclusivas e uso de materiais recicláveis ou biodegradáveis, estimulando toda a cadeia de valor a adotar práticas responsáveis.
6. Implantação de uso racional de energia elétrica, incentivando o desligamento de equipamentos quando não estão em uso e o aproveitamento da iluminação natural.
7. Adoção de copos, canecas e utensílios reutilizáveis, evitando o uso de descartáveis no ambiente de trabalho.
8. Incentivo ao consumo consciente de água, com manutenção preventiva das instalações hidráulicas para evitar desperdícios.

Tendo como meta o prazo de 180 dias para atingir o nível mínimo para reconhecimento pelos organismos ambientais de empresa sustentável.

c) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração, e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

São Paulo, 23 de agosto de 2025

Sheila de Moura Matos | Representante legal

RG nº 33.822.754-4 | CPF nº 315.721.318-02



ANEXOS

Figuras

A red ink signature, possibly reading 'D' or 'D.'.

A blue ink signature, possibly reading 'J' or 'J.'.



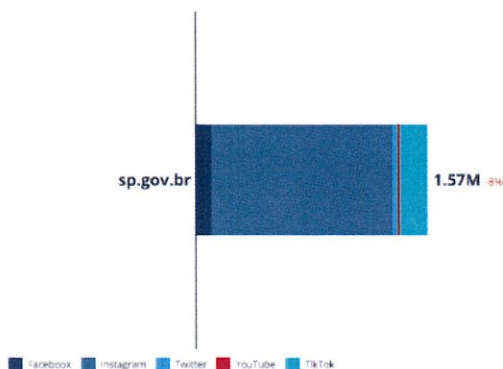
Figura 1 – Evolução da audiência, volume de publicações e engajamento total do Governo de SP (RivalIQ, jul/2025):



Figura 2 – Engajamento total e engajamento por post nas redes do Governo de SP, indicando queda de 8% no total e de 35,9% por publicação (RivalIQ, jul/2025):

Engagement Leaderboard

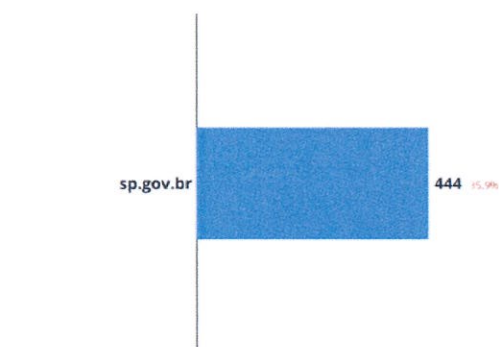
Cross-Channel Engagement Total



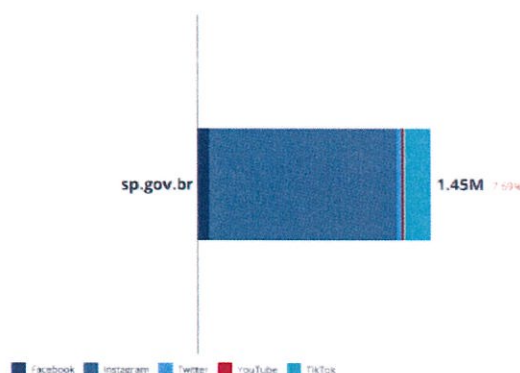
Cross-Channel Engagement Total per Month



Cross-Channel Engagement Total / Post



Cross-Channel Applause



10

149



Figura 3 – Análise de conteúdos – matérias e sites:

Pontos Pró (<i>Argumentos de apoio</i>)	Pontos Contra (<i>Críticas e oposições</i>)
Revitalização urbana – Ocupação estratégica de prédios, recuperação de áreas degradadas, aumento do fluxo de pessoas e negócios no centro.	Custo do projeto – Questionamento sobre investimento elevado e retorno efetivo.
Geração de empregos – Obras e manutenção criando vagas imediatas; comércio e serviços aquecidos pela presença de servidores.	Efetividade da revitalização – Dúvidas se a presença do governo resolverá problemas estruturais como população em situação de rua e comércio irregular.
Segurança – Mais movimento e vigilância; integração com forças de segurança próximas.	Segurança social – Receio de deslocamento de problemas para outras regiões da cidade.
Eficiência administrativa – Unificação de secretarias, redução de custos operacionais, maior integração entre órgãos e acesso mais fácil para o cidadão.	Mobilidade – Preocupação com impacto no trânsito e transporte público para milhares de servidores e visitantes.
Símbolo de modernização – Nova infraestrutura, governo mais presente no “coração” da cidade.	Destino dos prédios atuais – Incerteza sobre uso ou venda dos imóveis desocupados pelo governo.

Figura 4 – Análise de conteúdos – vídeos:

Matriz – Novo Centro Administrativo (vídeos)

Pontos Pró (<i>Argumentos de apoio</i>)	Pontos Contra (<i>Críticas e oposições</i>)
Revitalização do centro – O governo vai ocupar prédios estratégicos, atrair fluxo diário de pessoas e estimular o comércio local.	Custo da mudança – Questionamentos sobre o valor do investimento e se seria a prioridade correta no orçamento.
Geração de empregos – Obras e reformas criando vagas imediatas, além de oportunidades indiretas em serviços e comércio.	Impacto social real – Dúvidas se a revitalização resolverá questões como moradores em situação de rua e segurança no entorno.
Segurança reforçada – Mais movimento e policiamento ostensivo, reduzindo áreas de risco.	Mobilidade e trânsito – Preocupação com deslocamento de milhares de servidores e aumento do tráfego na região.
Centralização e eficiência – Reunir secretarias em um só local para reduzir custos e integrar equipes.	Destino de prédios antigos – Indefinição sobre uso futuro dos imóveis que serão desocupados.
Modernização e símbolo político – Prédio com infraestrutura atualizada, marca de governo presente no coração da cidade.	Risco de concentração excessiva – Receio de que centralizar demais possa criar gargalos de atendimento ou vulnerabilidades logísticas.



ANEXO | CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL



**PREFEITURA DE
SÃO PAULO**

7

20



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

São Paulo, 14 de abril de 2025.

Ofício nº. 027/2025-PREF/AAC

Encaminhamos através do presente 01 (uma) via do Termo de Contrato nº **001/2025-PREF/SECOM**, cujo objeto é a prestação de serviços de comunicação digital, juntamente com a 1.ª via da Nota de Empenho nº **47.042/2025**, emitida em favor dessa empresa, para suporte às despesas relativas ao Contrato, conforme autorização exarada no processo nº **6010.2023/0004029-6**.

Nesta oportunidade, renovamos nossos protestos de estima consideração.

NEIVA TREVISAN
Assessoria Administrativa de Comunicação
PREF/AAC

RECEBEMOS O ORIGINAL

EM: ____/____/____

ASSINATURA E CARIMBO

À
LUA PROPAGANDA Ltda.
Rua Fidêncio Ramos, 195, conj. 126, Vila Olímpia, São Paulo/SP.
CEP: 04551-010

Edifício Matarazzo – Viaduto do Chá, 15 – 6º andar - Centro - São Paulo/SP CEP: 01002-900
Telefones: (11) 3113.8211 / 3113.8809

Rua Fidêncio Ramos 195, 12º andar cj 126, São Paulo-SP – www.lua.ag



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

CONCORRÊNCIA 002/SECOM/2023

CONTRATANTE: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
SECRETÁRIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO

CONTRATADA: LUA PROPAGANDA LTDA.

OBJETO: Prestação de serviços de comunicação digital.

VALOR: R\$ 24.029.670,00 (vinte e quatro milhões, vinte e nove mil seiscentos e setenta reais).

DOTAÇÃO: 11.10.04.122.3012.2.131.3.3.90.39.00.00.1.500.9001.0

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º: 6010.2023/0004029-6

NOTA DE EMPENHO: 47.042/2025

1



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

A **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, inscrita no CNPJ sob o nº 46.395.000/0001-39, neste ato representada pelo **SECRETARIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO-SECOM**, o Senhor **FABIO PORTELA SAVIETTO**, com sede nesta Capital, no Viaduto do Chá, 15, 6º andar – Centro, doravante designada **CONTRATANTE**, e a empresa **LUA PROPAGANDA LTDA**, doravante designada **CONTRATADA**, inscrita no CNPJ sob o nº **05.916.755/0001-54**, com sede Nesta Capital, à Rua Fidêncio Ramos, 195, conj. 126, Vila Olímpia – CEP: 04551-010, representada por seu Representante Legal, Senhor **JORGE DOMINGO GEREZ**, têm entre si justo e contratado o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1. O presente contrato reger-se-á pela Lei nº 14.133/2021 e demais dispositivos legais na esfera municipal, aplicáveis, a este objeto.
- 1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 002/SECOM/2023, seus Anexos e Apêndices, bem como a Proposta Técnica da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de comunicação digital, referentes à:

- a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;

c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos da Prefeitura da Cidade de São Paulo, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com as novas tecnologias.

2.1.1. A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1 tem como objetivo atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visem difundir e posicionar programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

2.1.2. O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e resultados.

2.1.3 Os serviços previstos no subitem 2.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital da Prefeitura da Cidade de São Paulo, na disseminação de informações junto à sociedade.

2.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

2.3. O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

3



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

2.4. Os serviços previstos no subitem 2.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital da Secretaria Especial de Comunicação, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

2.5. Para execução do objeto deste contrato, as demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar a Secretaria Especial de Comunicação na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

a) Produtos e Serviços Essenciais: contemplam a expertise básica da **CONTRATADA** na execução do objeto deste contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pela **CONTRATANTE**, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Apêndice I do Termo de Referência;

2.6. Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares da **CONTRATANTE** relativas ao objeto da contratação e estão agrupados no catálogo constante do Apêndice I do Termo de Referência, de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias:

- a) Design;
- b) Apresentação;
- c) Planejamento Estratégico;
- d) Planejamento Tático;
- e) Métricas e Avaliações;
- f) Conteúdo;
- g) Peças Digitais;
- h) Fotografia;
- i) Vídeo;
- j) Áudio;
- k) Redes Sociais;
- l) Manuais;
- m) Atendimento;
- n) Ferramentas de Comunicação Digital;

4

7

156

156



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

2.6.1. Os Produtos e Serviços Essenciais estão especificados no Apêndice I do Termo de Referência, com a descrição das seguintes informações:

- a) Título;
- b) Descritivo;
- c) Entregas;
- d) Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- e) Características consideradas na classificação da complexidade;
- f) Complexidade; e
- g) Prazo de entrega.

2.6.1.1. As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pela **CONTRATANTE**, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a **CONTRATADA**, no decorrer da execução contratual.

2.6.2. Quando identificada a necessidade de execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I do Termo de Referência, mas necessário à execução contratual, a **CONTRATADA** deverá apresentar à **CONTRATANTE** justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das mesmas informações dispostas no subitem 2.6.1, para aprovação de sua execução, desde que o item guarde compatibilidade com o objeto deste contrato.

2.6.2.1. Após a aprovação da execução do Produto e Serviço Essencial, não previsto no catálogo constante do Apêndice I do Termo de Referência, o item poderá passar a integrar o catálogo e, se for o caso, gerar nova categoria.

2.7. Não será permitida a subcontratação de fornecedores especializados pela **CONTRATADA** para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais, especificados no Apêndice I do Termo de Referência.

2.8. Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da **CONTRATADA**, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

2.9. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. A presente contratação terá duração de 1 (um) ano, a contar da data da assinatura, podendo ser prorrogada, respeitada a vigência máxima decenal, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133, de 2021, mediante a celebração do competente Termo Aditivo.

CLÁUSULA QUARTA- VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato está estimado em **R\$ 24.029.670,00 (vinte e quatro milhões, vinte e nove mil seiscentos e setenta reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. Os recursos necessários para fazer frente às despesas deste contrato no presente exercício, inicialmente onerarão a dotação orçamentária **11.10.04.122.3012.2131.3.3.90.39.00.00.1.500.9001.0** e serão cobertas pela Nota de Empenho nº **47.042/2025**, no valor de **R\$ 12.447.080,21** (doze milhões, quatrocentos e quarenta e sete mil oitenta reais e vinte e um centavos).

4.3. Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os preços praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantagem para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

6



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

4.5. No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste contrato, conforme disposto no artigo 125 da Lei nº 14.133/21.

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

5.1.3. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da **CONTRATANTE**.

5.1.4. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela **CONTRATANTE**.

5.1.5. Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com este contrato.

5.1.6. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**.

5.1.7. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.

5.1.8. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

5.1.8.1. Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, *softwares*, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

5.1.8.2. Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a **CONTRATANTE**, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

5.1.9. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.10. Apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com a **CONTRATANTE**.

5.1.11. Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

5.1.12. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.13. Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela **CONTRATANTE**, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

5.1.14. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

5.1.15. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

5.1.16. Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.17. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.

5.1.18. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

5.1.19. Responder perante a **CONTRATANTE** por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.

5.1.20. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para a **CONTRATANTE**.

5.1.21. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste contrato.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

5.1.22. Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à **CONTRATANTE** as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.23. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.24. Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.1.25. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.26. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 144, da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. São obrigações da **CONTRATANTE**, além de outras assumidas neste contrato:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;
- d) notificar a **CONTRATADA**, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

10



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

e) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

f) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

6.2. A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos produtos e serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos produtos e serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

7.2. A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos produtos e serviços.

7.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da **CONTRATANTE**.

7.4. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que a execução de qualquer produto ou serviço considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.

7.5. A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos serviços executado pela **CONTRATADA**, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

11



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

7.6. A ausência de comunicação por parte da **CONTRATANTE**, referente à irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7. A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos produtos e serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.9. À **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.

7.10. A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da **CONTRATADA** quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto deste contrato.

7.10.1. A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da **CONTRATADA** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA – PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

12



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

8.1. Para pagamento e remuneração pela execução dos produtos e serviços previamente autorizados pela **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar os seguintes documentos:

a) Produtos e Serviços Essenciais:

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ da **CONTRATANTE**, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta), nos casos em que seja obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou, Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da **CONTRATADA**, ou outro critério legalmente aceitável.

a2) documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

b) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

b1) nota de débito, emitida conforme exigências da alínea 'a1', relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

b2) prestação de contas com relatório de viagem.

8.2. O gestor ou fiscal deste contrato só atestará a execução dos produtos e serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

8.2.1. As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da empresa de comunicação digital responsável pela documentação:

"Atestamos que todos os produtos e serviços descritos no presente documento, prestados por fornecedores especializados foram entregues/realizados conforme autorizados

13



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

pela CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

8.2.2. A **CONTRATADA** assumirá, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato.

8.3. O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente (BANCO DO BRASIL) mantida pela **CONTRATADA**.

8.4. Os pagamentos à **CONTRATADA** serão realizados pelos valores decorrentes de:

- a) prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais;
- b) reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.

8.5. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais, dispostos na alínea 'a' do subitem anterior, serão praticados os preços da planilha constante do item 2 do Apêndice I do Termo de Referência.

8.5.1. Nos casos da execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I do Termo de Referência, a **CONTRATADA** deverá apresentar à **CONTRATANTE** justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das seguintes informações:

- a) Título;
- b) Descritivo;
- c) Entregas;
- d) Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- e) Características consideradas na classificação da complexidade;
- f) Complexidade;
- g) Prazo de entrega.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

8.5.2. A estimativa de custos de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais deverá ser acompanhada de mais 2 (dois) orçamentos do mercado, além do orçamento da **CONTRATADA**.

8.5.2.1. Os orçamentos deverão conter as seguintes informações: nome empresarial; CNPJ; endereço completo; telefone e e-mail para contato; descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total; local e data de emissão; e nome por extenso, RG, CPF, cargo e função do responsável pela cotação.

8.5.2.2. Os orçamentos deverão ser originais e assinados pelos respectivos responsáveis pelas cotações, podendo ser aceitas propostas encaminhadas por meio eletrônico, desde que emitidos dos endereços institucionais das empresas.

8.5.2.3. Caso não haja possibilidade de apresentar outros 2 (dois) orçamentos, a **CONTRATADA** deverá justificar o fato, por escrito, para apreciação da **CONTRATANTE**.

8.5.2.4. A partir da especificação técnica apresentada, a proposta será avaliada pela **CONTRATANTE** que, para a aprovação do orçamento, poderá verificar, a qualquer tempo e a seu juízo, a adequação dos preços da **CONTRATADA**, em relação aos do mercado.

8.5.2.5. Para subsidiar a análise dos orçamentos apresentados pela **CONTRATADA**, a **CONTRATANTE** poderá buscar as referências dos preços praticados pela Administração Pública em relação aos produtos e serviços essenciais.

8.6. O reembolso das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço no decorrer da execução contratual será realizado a partir de uma prestação de contas apresentada pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**.

8.7.1. Os deslocamentos de profissionais a serviço deverão estar previstos em Ordem de Serviço, devidamente aprovado pelo gestor do contrato.

8.7.1.1. Para autorização dos deslocamentos, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

- a) nome do profissional;
- b) finalidade da viagem;
- c) datas de início e do término da viagem;
- d) preço estimado das passagens;
- e) previsão de quantidade de diárias.

8.7.2. Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.

8.7.2.1. As despesas com passagens aéreas serão reembolsadas pela **CONTRATANTE** no valor efetivamente desembolsado pela **CONTRATADA**, com base em 03 (três) orçamentos, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo/benefício.

8.7.2.2. As cotações deverão ser datadas e efetuadas junto a empresas distintas e poderão ser realizadas nos sites das respectivas companhias aéreas.

8.7.2.2.1. As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 03 (três) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pela **CONTRATADA**.

8.7.2.3. Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, a **CONTRATADA** deverá justificar o fato, por escrito, à **CONTRATANTE**.

8.7.2.4. Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, a **CONTRATANTE** poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela **CONTRATADA**, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

8.7.3. Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pela **CONTRATANTE**, por meio de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Municipal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

8.7.3.1 Para diárias no país, será utilizado o valor referente ao estabelecido para o grupo DEMAIS SERVIDORES, do Anexo I do Decreto Municipal nº 48.744/2007, ou o que vier a substituí-lo.

8.7.3.2 Para diárias no exterior, será utilizado o valor referente ao estabelecido no Grupo IV – DEMAIS SERVIDORES, do Anexo II do Decreto Municipal nº 48.744/2007, ou o que vier a substituí-lo.

8.7.4. A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela **CONTRATADA à CONTRATANTE**.

8.7.4.1. O relatório de viagem deverá ser apresentado em português, com a caracterização de "reembolso" dos valores em reais, devidamente assinado pelo representante da empresa (identificado pelo nome e cargo), acompanhado dos seguintes documentos:

- a) cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;
- b) comprovação de compra da passagem de menor preço;
- c) comprovantes de embarque.

8.7.5. Para a conversão dos valores em dólar americano para reais, deve ser utilizada a cotação informada pelo Banco Central, no sítio:

<http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpesq.asp?id=txcotacao>

8.7.5.1. A data a ser considerada para a cotação deverá ser a da Ordem de Serviço que originou a viagem, e o valor a ser utilizado é o de compra.

8.7.5.2. Como o Banco Central apresenta a cotação com quatro casas decimais, o faturamento deverá considerar as quatro casas no cálculo, sendo os centavos arredondados no resultado final, para que o valor a ser ressarcido siga o padrão monetário em reais.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

8.7.5.3. Serão considerados para fins de reembolso de despesas, os deslocamentos de profissionais a serviço, realizados fora da cidade sede da **CONTRATANTE** e fora da base da **CONTRATADA**.

8.8. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Apêndice I do Termo de Referência e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução contratual.

8.9. A **CONTRATADA** obrigar-se-á a sempre buscar o menor preço com a melhor qualidade para a execução do objeto deste contrato.

8.10. A **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

8.11. Os pagamentos mediante a emissão de qualquer modalidade de ordem bancária só serão efetivados se a **CONTRATADA** efetuar cobrança de forma a permitir o cumprimento das exigências legais, principalmente no que se refere às retenções tributárias.

8.12. Caso a **CONTRATADA** seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

8.13. A nota fiscal ou fatura correspondente deverá ser entregue pela **CONTRATADA**, diretamente ao gestor ou fiscal deste contrato, com a devida comprovação da execução dos produtos e serviços (orçamentos, relatórios e comprovantes).

8.13.1. Havendo erro na nota fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, os documentos de cobrança serão devolvidos à **CONTRATADA**, e o pagamento ficará pendente até que a **CONTRATADA** providencie as medidas saneadoras. Nessa hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

reapresentação do documento fiscal, não acarretando nenhum ônus para a **CONTRATANTE**.

8.14. No caso de eventual falta de pagamento pela **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação da **CONTRATADA**, utilizando-se o que determina a Portaria Municipal SF nº 05 de 05 de janeiro de 2012, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA- Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$, na qual:

IPCA = Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF = Atualização financeira;

VP = Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N – Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento

8.14.1. A compensação financeira será incluída na nota fiscal seguinte à da ocorrência.

8.15. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, conforme Portaria Municipal SF nº 275/2024.

8.15.1. Constatada a irregularidade, a **CONTRATADA** será notificada, por escrito, para que no prazo de 5 (cinco) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

8.15.2. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da **CONTRATANTE**.

8.16. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à **CONTRATANTE**, por meio de correspondência, ficando sob responsabilidade da **CONTRATADA** os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

8.17. Os pagamentos efetuados pela **CONTRATANTE** não isentam a **CONTRATADA** de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

CLÁUSULA NONA – REAJUSTE

9.1. Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais poderão ser reajustados nos termos do disposto no artigo 114 do Decreto Municipal n.º 62.100/2022, e no § 3º e inciso I do § 4º, ambos do artigo 92 da Lei Federal n.º 14.133/2021, observada a periodicidade anual que terá como termo inicial a data do orçamento estimado.

9.2. O índice de reajuste será o Índice de Preços ao Consumidor IPC, apurado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas FIPE, válido no momento da aplicação do reajuste, nos termos da Portaria SF n.º 389/17, bem como Decreto Municipal nº 57.580/17.

9.3. Na eventualidade de extinção do índice de reajuste pactuado na subcláusula anterior, o mesmo será oportunamente substituído por um que vier a ser definido como aplicável e regulamentado por Portaria expedida pela Secretaria Municipal da Fazenda - SF.

CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

10.1. No prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da assinatura deste contrato, a **CONTRATADA** deverá apresentar garantia no valor de **R\$ 240.296,70** (duzentos e quarenta mil duzentos e noventa e seis reais e setenta centavos), correspondente a 1% (um por cento) do valor total deste contrato, a fim de assegurar a sua execução.

10.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

10.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 11.3.3.

20



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

10.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 10.1 e 10.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

10.2. Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária.

10.3. Em se tratando de garantia prestada mediante caução em dinheiro, deverá ser recolhida na rede bancária, por meio do Documento de Arrecadação do Município de São Paulo – DAMSP, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art.100, da Lei nº 14.133/2021.

10.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a **CONTRATANTE** como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela SUSEP;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 180 (cento e oitenta) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à **CONTRATADA**.

10.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

21



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção o Banco Central;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 180 (cento e oitenta) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

10.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pela Portaria Municipal SF n.º 76/2019.

10.7. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas
pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**;

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

10.7.1. A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 10.7.

10.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da **CONTRATANTE**.

10.9. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

10.10. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

10.11. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

10.12. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

10.13. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

10.13.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base nos índices oficiais adotados para atualização dos débitos para com a Fazenda Municipal, até a disponibilização da restituição no sistema de restituição de valores da PMSP, de acordo com o que determina o §3º do artigo 11 da Portaria Municipal SF 76/2019.

23



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

10.14. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 10.2 deste contrato.

10.14.1. Aceita pela **CONTRATANTE**, a substituição da garantia será formalizada de acordo com a Portaria Municipal SF n.º 76/2019.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pela **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I. advertência;

II. multa de mora e multa compensatória;

III. suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 3 (três) anos;

IV. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

11.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

11.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência da **CONTRATANTE**, mediante ato justificado da autoridade competente.

11.2. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I. descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II. outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da **CONTRATANTE**, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

11.2.1. A falha na execução contratual restará configurada quando:

24



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

11.2.1.1. A **CONTRATADA** cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

11.2.1.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 11.3.1.1, a **CONTRATANTE** poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da Infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre valor total do contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total do contrato ou valor do serviço.

25



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total do contrato ou valor do serviço.
-------	---

Tabela 3 – Infrações

ITEM	DESCRIÇÃO	GRAU	INCIDÊNCIA
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto desde contrato.	Grave	Por ocorrência
3	Não executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.	Grave	Semestral
4	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
5	Realizar despesas relacionadas com este contrato sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
6	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

7	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
8	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
9	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
10	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência
11	Manter, durante a vigência deste contrato, a prestação de serviços de comunicação digital à empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação da CONTRATANTE .<se for o caso>.	Grave	Por ocorrência
12	Não apresentar na assinatura deste contrato declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas da CONTRATANTE .	Média (passível de correção)	Por ocorrência
13	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas	Grave	Por ocorrência

27



CIDADE DE
SÃO PAULO
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

	em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE .		
14	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE	Grave	Por ocorrência
15	Não assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela CONTRATANTE .	Média (passível de correção)	Por ocorrência
16	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas	Grave	Por ocorrência
17	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato	Média (passível de correção)	Por ocorrência
18	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
19	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
20	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos	Média (passível de correção)	Por ocorrência



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

	e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.		
21	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
22	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
23	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
24	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
25	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA .	Grave	Por ocorrência
26	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
27	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de	Leve (passível de correção)	Semestral

29



CIDADE DE
SÃO PAULO
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.		
--	--	--

11.2.1.2.1. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 11.1.

11.2.2. No ato de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionada no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 11.2.

11.3. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado na execução do objeto ou de prazos estipulados.

11.3.1. O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

I) 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso na entrega de produto ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II) 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de produto ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

11.3.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de produto ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da **CONTRATANTE**.

11.3.3. A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

30



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

I) 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao produto ou serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II) 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

- a) inexecução total deste contrato;
- b) interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**.

III) 0,07% (zero vírgula zero sete por cento) do valor deste contrato, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 10.1 deste contrato;

IV) até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

11.4. A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste contrato, nos seguintes prazos e situações:

I) por até 06 (seis) meses:

- a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a **CONTRATANTE**;
- b) execução insatisfatória do objeto desta contratação, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 11.2, 11.3 e 11.4;

II) por até 3 (três) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço, depois da solicitação de correção efetuada pela **CONTRATANTE**;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da **CONTRATANTE**.

11.4.1. Na aplicação das sanções previstas no subitem 11.5 serão levadas em consideração a gravidade da infração e as circunstâncias atenuantes ou agravantes.

11.5. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

11.5.1. A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

32



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

I) sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II) demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados;

III) reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da **CONTRATANTE**.

11.5.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

11.6. Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

11.6.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade competente, que poderá reconsiderar ou manter sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis.

11.7. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

11.8. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/21, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados à **CONTRATANTE**.

33



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

11.9. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes a este contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da **CONTRATADA**.

11.9.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – RESCISÃO

12.1. Este contrato poderá ser rescindido a qualquer tempo, independentemente de notificações ou interpelações judiciais ou extrajudiciais, com base nos motivos previstos nos artigos. 137, e nos procedimentos do art. 138 da Lei nº 14.133/2021.

12.1.1. O presente contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **CONTRATADA**:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para assegurar o cumprimento das obrigações contratuais;

f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a **CONTRATANTE**, como consequência, venha a sofrer;

34



TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, incluídas contribuições trabalhistas e previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida no presente contrato;

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer CONTRATANTE ou CONTRATANTE da Administração Pública.

12.1.2. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

12.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 12.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela **CONTRATANTE**.

12.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

12.2.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

12.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente executadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente contrato.

12.4. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, o presente contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

12.4.1. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

35



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

13.1.3. A **CONTRATANTE** proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

13.2. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da Cidade de São Paulo, a suas expensas, na forma prevista no art. 91, da Lei 14.133/21.

13.3. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

13.4. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

13.5. A **CONTRATADA** assinará o Termo de Conduta declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma resguardar a **CONTRATANTE** de qualquer vínculo com ferramentas, instrumentos ou plataformas que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

13.6. Para a execução deste contrato, nenhuma das partes poderá oferecer dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – FORO

37



**CIDADE DE
SÃO PAULO**
COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONTRATO Nº 001/2025-PREF/SECOM

14.1. As partes elegem, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o Foro das Fazendas Públicas da Comarca da Cidade de São Paulo, para dirimir qualquer ação ou medida judicial decorrente deste contrato.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 2 (duas) vias.

São Paulo, 08 de abril de 2025.

FABIO PORTELA SAVIETTO

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO

PREF/SECOM



Documento assinado digitalmente
JORGE DOMINGO GEREZ
Data: 08/04/2025 15:28:27-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

JORGE DOMINGO GEREZ

LUA PROPAGANDA LTDA

TESTEMUNHAS:

1.

NEIVA TREVISAN
RF 807374-1
SECOM/AAC

2.

WAGNER ROBERTO DA SILVA
RF 812.832.9

38



DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Eu, **OTÁVIO OLIVEIRA DE SOUZA**, brasileiro, inscrito no CPF sob o nº 050.288.289-11, advogado inscrito na OAB-PR sob o nº 106.097, com fulcro no artigo 12, IV, da Lei 14.133/2021, sob minha responsabilidade pessoal, declaro que os documentos apresentados pela empresa Lua Propaganda Ltda, inscrita no CNPJ nº 05.916.755/0001-54, inclusive o instrumento de procuração para credenciamento da representante da licitante, no âmbito da Concorrência nº 006/2025, promovida pela Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo, juntamente com essa declaração, são autênticas.

Curitiba/PR, 24 de agosto de 2025.

OTAVIO
OLIVEIRA DE
SOUZA

Assinado de
forma digital por
OTAVIO OLIVEIRA
DE SOUZA

OTÁVIO OLIVEIRA DE SOUZA

OAB/PR 106.097

TEM FÉ PÚBLICA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL 16506204

USO OBRIGATORIO
IDENTIDADE CIVIL PARA TODOS OS FINS LEGAIS
(Art. 13 da Lei nº 8.906/94)




ASSINATURA DO PORTADOR

OBSERVAÇÕES



ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL
CONSELHO SECCIONAL DO PARANÁ
IDENTIDADE DE ADVOGADO

INSCRIÇÃO: 106097

NOME
OTÁVIO OLIVEIRA DE SOUZA

FILIAÇÃO
ORIDES CLÁUDIO DE SOUZA
MARGARET MARIA DE OLIVEIRA DE SOUZA

NATURALIDADE
VIDEIRA-SC

DATA DE NASCIMENTO
15/02/1997

RG
141263803 - SESP/PR

CPF
050.288.289-11

VIA EXPEDIDO EM
01 12/02/2021

CASSIO LISANDRO TEIXEIRA
PRESIDENTE



Esta folha encerra o item Proposta Técnica, com todas as páginas numeradas sequencialmente e rubricadas pelo representante credenciado, conforme procuração apresentada.

São Paulo, 23 de agosto de 2025.

A handwritten signature in blue ink, reading 'Sheila de Moura Matos'.

Sheila de Moura Matos

Gerente financeiro

Representante legal

RG nº 33.822.754-4

CPF nº 315.721.318-02

A small, stylized handwritten mark in blue ink, possibly a signature or initials.

A red handwritten mark, possibly a signature or initials, located in the bottom right area of the page.

A blue handwritten signature, possibly of the same person as the one above, located in the bottom right corner.



CONCORRÊNCIA N.º 006/2025

A empresa Lua Propaganda Ltda, com sede na Rua Fidêncio Ramos, nº 195 conj. 126, Vila Olímpia, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob o nº 05.916.755/0001-54 neste ato representada pelo Sr. Jorge Domingo Gerez, portador do RNM V401433-L nº e do CPF nº 014.674.984-75 nos termos de seu Estatuto Social, pela presente CREDENCIA a Srª. SHEILA DE MOURA MATOS portadora do RG nº 33.822.754-4 e do CPF nº 315.721.318-02 para representá-la na presente concorrência nº 006/25, promovida pela Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo. que tem por objetivo a contratação de serviços de comunicação institucional digital conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus Anexos para a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo, junto aos públicos de interesse, OUTORGANDO-LHE plenos poderes para prestar esclarecimento, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recursos, renunciar o direito de interpor recurso, renunciar ao recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso, transigir, firmar recibos, assinar atas e outro documentos, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência das deliberações da Comissão Especial de Licitação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários à plena participação de nossa empresa na presente licitação e tudo mais que se faça necessário para o bom e fiel cumprimento deste mandato.

São Paulo, 22 de agosto de 2025.



Documento assinado digitalmente
JORGE DOMINGO GEREZ
Data: 24/08/2025 12:32:31-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Lua Propaganda Ltda
Jorge Domingo Gerez – sócio administrador
CPF: 014.674.984-75