

**PROCESSO Nº 025/CPL/2026
PARECER DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 007/2026**

**PATROCÍNIO AO
“GERAÇÃO SULANCA”**

SEI Nº. 0060600954.000074/2026-50.

DO OBJETO

Trata-se de solicitação de patrocínio para a exposição “**GERAÇÃO SULANCA**”, a ser realizada no período de 26 de março a 26 de abril de 2026, no município de Santa Cruz do Capibaribe/PE, tendo como proponente **52.031.950 MARCELO CLEMENTE ALVES**, inscrito no **CNPJ/MF sob o nº52.031.950/0001-87**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Rua Rogaciano Assis Aragão, nº. 203, apt A, Santa Cruz do Capibaribe – CEP 55.194-270, e a contrapartida esmiuçada no decorrer deste parecer.

DO EVENTO

Infere-se do Projeto (doc. nº 83428057), que o evento “**GERAÇÃO SULANCA**” está em sua 2ª **edição**, e é um acontecimento para o fortalecimento de projeto de economia criativa.

Trata-se de exposição de caráter cultural e educativo que investiga a formação social, econômica e identitária de Santa Cruz do Capibaribe/PE a partir da indústria da Sulanca. O projeto valoriza a memória do trabalho e das transformações geradas pelo setor de confecções no Agreste pernambucano.

O projeto justifica a realização da exposição nos seguintes termos:

A realização da exposição Geração Sulanca tem relevância histórica, social e cultural para a indústria da Sulanca de Santa Cruz do Capibaribe e para o Agreste pernambucano. A Sulanca constitui um patrimônio imaterial construído a partir do trabalho de milhares de pessoas, especialmente mulheres, cuja memória precisa ser preservada, valorizada e compartilhada com as novas gerações.

Além de preservar a memória, o projeto propõe um debate necessário sobre sucessão geracional e futuro do trabalho no setor de confecções. As imagens e narrativas apresentadas revelam trajetórias de filhos e filhas de trabalhadores da Sulanca, levantando questões sobre continuidade, transformação e novos caminhos profissionais diante das mudanças tecnológicas, econômicas e sociais que atravessam a indústria.

Ao colocar em diálogo passado, presente e futuro, a exposição estimula reflexões sobre como a Sulanca se reinventa, quais heranças permanecem e de que forma as novas gerações se relacionam com o trabalho, a criação e o território, contribuindo para a construção de perspectivas mais sustentáveis, inclusivas e conectadas às transformações contemporâneas do mundo do trabalho.

O patrocínio ao projeto permitirá a ampliação do acesso público a esse patrimônio, garantindo condições adequadas de montagem, acessibilidade, mediação cultural e registro, além de fortalecer o Museu da Sulanca como espaço estratégico de memória, educação e desenvolvimento cultural. Ao apoiar a mostra Geração Sulanca, o patrocinador associa sua marca a uma iniciativa de impacto cultural, econômico e social, alinhada aos princípios de valorização do território, inclusão, sustentabilidade e fortalecimento da economia criativa local.

A exposição “**Geração Sulanca**” será realizada no Museu da Sulanca, dentro do Moda Center Santa Cruz no Moda Center - Av. Moda Center – SN – Bela Vista - Santa Cruz do Capibaribe-PE, no período de 26 de março a 26 de abril de 2026.

A estimativa de público é de **8.000 (oito mil) visitantes**, reunindo como **público participante** os que transitam no Moda Center Santa Cruz (jovens, adultos e idosos, com faixa etária aproximada entre 16 e 65 anos, majoritariamente das classes B e C), e também de empresários, trabalhadores da confecção, fornecedores e clientes do Moda Center Santa Cruz, estudantes e representantes de entidades ligadas ao desenvolvimento do setor. Trata-se de um público diversificado e diretamente conectado ao setor de confecção, com forte potencial de engajamento e impacto econômico-social.

A exposição tem como base um acervo fotográfico produzido na década de 1990, que visa impactos positivos no engajamento da comunidade, na valorização da memória local e no fortalecimento do Museu da Sulanca como espaço de reflexão contemporânea.

A exposição é composta de 17 fotografias realizadas em 1995 na Feira da Sulanca de Santa Cruz do Capibaribe, pelo fotógrafo Gil Vicente Xaxas (referência no registro sensível do cotidiano e nas transformações sociais), que retrata o contraste evolutivo da época para o contexto atual do Pólo de Confecções do Agreste e alguns dos personagens importantes nesta transformação econômica da região.

Durante a mostra será realizado um painel que reúne **quatro personagens femininas**, a saber:

- uma empresária pioneira que, desde o início do fenômeno da Sulanca, compreendeu o associativismo e a colaboração como estratégias estruturantes para o fortalecimento e a competitividade do setor;
- uma diretora da CDL, que desenvolve um consistente trabalho de educação corporativa no polo, contribuindo para a qualificação e profissionalização dos empreendedores;
- uma pesquisadora do tema, que trará análises comparativas com experiências bem-sucedidas em outros territórios produtivos;
- uma representante da ADEPE, que apresentará os programas e ações da Adepe como instrumentos concretos de fomento, inovação e desenvolvimento, estimulando maior apropriação dessas políticas por pequenos, médios e grandes empreendedores da região.

O projeto destaca como **objetivo geral** promover, valorizar, preservar e difundir a memória cultural da indústria da Sulanca em Santa Cruz do Capibaribe, promovendo reflexão sobre o trabalho, a identidade local e as transformações sociais do território, por meio de linguagens artísticas acessíveis e ações de diálogo com a comunidade. Também divulgar importantes programas de desenvolvimento econômico do estado conduzidas pela ADEPE: programas e ações da Adepe. Além dos **objetivos específicos**, quais sejam:

- Valorizar a memória histórica e cultural da Sulanca como elemento formador da identidade de Santa Cruz do Capibaribe.
- Promover o acesso público a um acervo fotográfico e narrativo de relevância histórica para o território
- Estimular o diálogo intergeracional entre personagens históricos, pesquisadores e a comunidade local.
- Fortalecer o Museu da Sulanca como espaço de preservação, reflexão e educação cultural.
- Ampliar a visibilidade da produção cultural e criativa do Agreste pernambucano.
- Incentivar a reflexão sobre trabalho, economia criativa, sustentabilidade e desenvolvimento regional.
- Garantir ações de acessibilidade, promovendo inclusão e democratização do acesso ao conteúdo cultural.
- Realizar um painel com representantes da “Geração Sulanca” anos 90 e seu legado, pesquisadora especialista no tema e representantes da ADEPE + CDL.

O Projeto foi orçada em R\$45.000,00 (quarenta e cinco mil reais), com prospecção de impacto financeiro de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), e, por fim, solicitamos patrocínio no valor de **R\$45.000,00 (quarenta e cinco mil reais)**.

Durante a realização da exposição será gerado 40 (quarenta) empregos diretos.

CONTRAPARTIDAS

As(s) Contrapartidas(s) dispostas para a “**GERAÇÃO SULANCA**” pela Patrocinadora são as seguintes:

- A ADEPE terá destaque institucional na fala de abertura da Mostra e no Painel Mulheres na Liderança, com espaço para divulgação de seus programas estratégicos de desenvolvimento econômico e ações da Adepe.
- A marca da ADEPE será aplicada na chancela “Patrocínio” em toda a sinalização da exposição, bem como em todo o material impresso e digital de comunicação da Mostra e do Painel.
- A ADEPE será creditada nas falas públicas e entrevistas concedidas pelos organizadores das atividades.
- Adicionalmente, será disponibilizado espaço para a participação de um representante da ADEPE, durante o período de realização da Mostra, para divulgação institucional de seus programas com aderência ao território e aos agentes econômicos da região.
- De forma complementar, os promotores da atividade atuarão como facilitadores na aproximação da ADEPE com atores estratégicos locais, fortalecendo o diálogo institucional e o impacto regional das ações.

Ações de Comunicação/Divulgação contemplam:

Jornais, veículos impressos e portais de notícias (0,10)	Folders, Cartaz, Panfletos, banner, backdrop, placas de sinalização e camisetas
Redes sociais com canal ou “fanpage” do evento (0,20)	@basemais e @musedasulanca Blog do Ney Lima e Blog Polo Mais
Rádios com alcance local e regional (0,30)	Rádio do Pólo

DA ANÁLISE TÉCNICA

A **DIRETORIA GERAL DE PROMOÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA**, nos termos do **Documento de Oficialização da Demanda - DOD nº 010/2026**(doc. nº 83059441), requereu elaboração de parecer sobre o patrocínio a ser firmado pela **AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE PERNAMBUCO S.A. – ADEPE** e a **52.031.950 MARCELO CLEMENTE ALVES**.

A Comissão de Análise de Patrocínios - CATP opinou (doc. nº83471061), acerca do presente projeto, que contempla o **“GERAÇÃO SULANCA”**, que se coaduna com os preceitos mínimos exigidos pela Política de Patrocínios da ADEPE, e atendem os requisitos necessários no tocante a sua relação com o Desenvolvimento Econômico e Social, estabelecido no item 04, subitem 04.15, da referida Política.

Nessa senda, o Parecer Técnico CATP **destaca**(doc. nº 83471061):

Nos termos do Contrato de Patrocínios da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco e da Política de Patrocínios, anexo I, aplicando-se a fórmula de parametrização “ $CR = (PUB \times VED) \times NED$ ”: (1) Estimativa de Público Atingido (PUB): 8.000 (oito mil) pessoas. (2) Fator de divulgação e exposição da mídia (VED): 60% (sessenta por cento); (3) Número de edições (NED): 80% (oitenta por cento). Portanto, a cota de patrocínio recomendada seria de até R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais) e, aplicando a fórmula de parametrização, resultou na importância de R\$ 21.600,00 (vinte e um mil e seiscentos reais).

Prazo de vigência: 04 meses.

Considerando, por fim, que o pleito não se enquadra em nenhum dos itens de vedação da Política de Patrocínio.

Diante do exposto, o projeto ora analisado se coaduna com os preceitos mínimos exigidos pela Política de Patrocínios da ADEPE, e atendendo os requisitos necessários no tocante a sua relação com o Desenvolvimento Econômico e Social, estabelecido no item 04, subitem 04.15, da referida Política, não se enquadrando nos requisitos de vedação que constam no item 08.

Considerando que o projeto “Geração Sulanca” estabelece conexão direta com os princípios da economia criativa, ao transformar elementos culturais, históricos e identitários do setor de confecções de Santa Cruz do Capibaribe em ativos geradores de valor econômico e simbólico; promovendo a articulação entre memória, produção cultural, inovação e empreendedorismo, e contribuindo para o fortalecimento de cadeias produtivas baseadas no conhecimento, na criatividade e na valorização do território, recomenda-se liberação da cota no valor de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais).

Pelo exposto, a Comissão de Análise Técnica de Patrocínio, com fulcro no subitem 10.3.5, do item 10, e por unanimidade de seus membros, nos moldes da justificativa técnica apresentada, é favorável ao pleito, sem prejuízo de ulterior deliberação da Diretoria Colegiada da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco.

A Comissão de Análise Técnica de Patrocínio - CATP, lastreando Parecer (doc. nº 83471061), solicitou a aprovação junto ao Colegiado da ADEPE, com a devida Cota favorável da Superintendência Jurídica (doc. nº83471061), entendendo que atendeu na integralidade as exigências da Política de Patrocínio da ADEPE.

Os recursos que farão face às despesas decorrentes do presente contrato serão (doc. nº83512791):

- **Conta Orçamentária:** 8.08 – Geração Sulanca
- **Centro de Resultado:** 09.01.01 - Diretoria Geral de Fomento, Inovação e Arranjos Produtivos
- **Serviço prestado:** “Geração Sulanca”, evento a ser realizada no período de 26/03 a 26/04/2026, no município de Santa Cruz do Capibaribe/PE - Marcelo Clemente Alves.

DO PARECER

Inicialmente, cumpre registrar que a Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco - **ADEPE** é sociedade de economia mista da administração indireta do Estado, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico – **SDEC**.

A Política de Patrocínio da **ADEPE** tem como aderência os objetivos sociais e estabelece as diretrizes acerca de sua atuação como patrocinadora, de forma diretamente relacionada aos objetivos estratégicos da empresa, bem como sua missão, visão e valores, buscando fortalecer sua imagem e apoiar o desenvolvimento econômico e social do Estado de Pernambuco por meio de ações indutoras e de apoio aos setores industrial, energético, agroindustrial, comercial, de serviços e de economia criativa, florestal e mineral, e demais setores nos quais a **ADEPE** venha a atuar.

A Política de Patrocínio define:

Patrocínio: é o apoio financeiro concedido à realização de eventos, ações ou projetos organizados por pessoas jurídicas, públicas ou privadas, por intermédio da transferência gratuita, em caráter definitivo, de recursos financeiros, em virtude de a ADEPE vislumbrar oportunidade para apoiar o desenvolvimento do Estado de Pernambuco e divulgar sua imagem institucional e o seu relacionamento com parceiros de interesse, bem como fortalecer a presença do Governo do Estado de Pernambuco regional, nacional e internacionalmente através de fomento financeiro.

Ultrapassadas as considerações acima, cumpre mencionar que, desde 1º de julho de 2018, esta sociedade de economia mista passou a ter seu regramento jurídico nos moldes do disciplinado pela Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016, a qual, em seu artigo 27, §3º, define que as estatais poderão celebrar contrato de patrocínio com pessoa física ou jurídica para promoção de atividades, “desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento de sua marca”.

Ainda segundo o diploma legal, em seu § 2º do artigo 28, mesmo nesses casos de patrocínio, deve-se observar, no que couber, as normas de licitação e contratos desta Lei.

Contudo, o Supremo Tribunal Federal, sob a égide da Lei nº 8.666/1993, vez que o disposto na Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016, ainda é novel às Cortes de Contas, dispõe de entendimento acerca dos contratos de patrocínio não se caracterizar como contratação administrativa sujeita à licitação:

Recursos extraordinários. Constitucional e administrativo. Alegação de contrariedade aos arts. 5º, inc. II, 37, caput, e inc. XXI, e 93, inc. IX, da constituição da república. Realização de evento esportivo por entidade privada com múltiplo patrocínio: descaracterização do patrocínio como contratação

administrativa sujeita à licitação. **A participação de município como um dos patrocinadores de evento esportivo de repercussão internacional não caracteriza a presença do ente público como contratante de ajuste administrativo sujeito à prévia licitação.** Ausência de dever do patrocinador público de fazer licitação para condicionar o evento esportivo: objeto não estatal; inoportunidade de pacto administrativo para prestar serviços ou adquirir bens. Acórdão recorrido contrário à constituição. Recursos extraordinários interpostos contra acórdão do tribunal de justiça do estado de São Paulo providos. Recurso extraordinário contra acórdão do Superior Tribunal de Justiça julgado prejudicado por perda de objeto. ^[1]

Grifo nosso.

No mesmo sentido, mais recente, o Ministro Luiz Fux, STF, reiterou o entendimento em acórdão:

Agravo Interno no Recurso Extraordinário. Reconsideração da Decisão Agravada. Administrativo. Sociedade de Economia Mista. **Descaracterização do Patrocínio como contratação administrativa sujeita à licitação.** Acórdão recorrido em sintonia com a jurisprudência deste Supremo Tribunal Federal. Recurso Extraordinário Desprovido. ^[2]

Grifo nosso.

O Tribunal de Contas do Paraná manifestou-se em julgamento sobre a matéria nas Estatais em Acórdão:

Especificamente **quanto à concessão de patrocínios, trata-se de avença por meio da qual uma entidade, buscando elevar sua notoriedade e/ou sua identificação com o público, disponibiliza recursos** (v.g. a evento cultural, televisivo ou desportivo, equipe esportiva, atleta, artista), **para divulgação de sua marca e produtos.** (...)

Exigir tais formalidades traria desvantagens às estatais que atuam no mercado competitivo e que, tendo em vista sua natureza privada, devem estar munidas dos instrumentos necessários a competição.

No entanto, isso não significa que tais empresas estejam dispensadas de quaisquer formalidades.

Tendo em vista que essas empresas gerem, também, patrimônio público, devem observar, na medida da razoabilidade, os princípios administrativos previstos no art. 37 da Constituição Federal.

Com isso, apesar de não serem exigíveis todas as formalidades previstas na Lei de Licitações para a concessão de patrocínios, tais empresas devem manter sistema procedimental que demonstre que tais concessões observaram os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e da eficiência. ^[3]

Grifo nosso.

Nesse ínterim, a respeito da caracterização da Inexigibilidade de Licitação nos Contratos de Patrocínio, sob a égide da Lei Federal nº 8.666, de [21 de junho de 1993](#), o Plenário do Tribunal de Contas da União proferiu a Decisão nº 855/1997, do Relator Ministro

Adhemar Paladini Ghisi, publicada no DOU de 17/12/1997, pág. 30.159, cujo item “7” merece ser transcrito:

7. É despidendo comentar da inadequação de ser realizado procedimento licitatório quando adotada a decisão de oferecer patrocínio a alguma entidade ou evento. **A decisão de patrocinar é personalíssima, adotada exatamente em função da expectativa de sucesso que possa vir a ser alcançado pela respectiva entidade ou evento, trazendo uma maior veiculação do nome do patrocinador.** Assim, fica **caracterizada a inviabilidade de competição que conduz à inexigibilidade prevista no caput do art. 25 do Estatuto das Licitações e Contratos.**

Grifo nosso.

Quanto ao instrumento do contrato ao invés de convênio, encontramos o Acórdão nº 1.196/2006 – Plenário, que pontua:

Desta feita, apesar de **entendermos como imprópria a formalização de convênio para a concessão de patrocínio ao invés de contrato**, uma vez que não ficou configurada situação de fuga ao procedimento licitatório, e, tampouco, restou caracterizado qualquer prejuízo à Administração – pelo contrário, a CDP, efetivamente, obteve o incentivo fiscal almejado (fls. 716/7) – a expedição de determinação por este Tribunal é suficiente para o saneamento da falha observada.

Grifo nosso.

Desta feita, a Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016, em seu artigo 30 prevê hipóteses de contratação direta quando houver inviabilidade de competição.

O Regulamento Interno de Licitações e Contratos - **RILC** desta Estatal, o qual alberga a *mens legis* da Lei Federal retromencionada, conforme art. 213, prevê a regulamentação no tocante a inexigibilidade de licitação quando houver inviabilidade de competição.

Por sua vez, a Política de Patrocínio da **ADEPE** se destina à disciplina e normatização dos procedimentos de concessão de patrocínio, para projetos com temática voltada aos setores industrial, energético, agroindustrial, comercial, de serviços e de economia criativa, florestal e mineral, e demais setores nos quais esta Estatal venha a atuar, cuja instrumentalização se dará por meio de contrato.

Nesse interim, dispõe que cada proposta de patrocínio será submetida para análise técnica da Comissão de Análise Técnica de Patrocínio – CATP e posteriormente para análise de conveniência e oportunidade pela Diretoria Colegiada da **ADEPE**, a quem competirá aprovar ou rejeitar a proposta.

A CATP, como resultado de sua análise, deverá sugerir à Diretoria Colegiada o enquadramento da proposta de patrocínio aos critérios dispostos no Anexo I – Cotas de Patrocínio, fazendo a sugestão do valor a ser aportado pela **ADEPE** no evento.

Cumprе frisar, todavia, que o patrocínio não é considerado um serviço comum de publicidade, cuja contratação deve ser precedida de licitação. Assim, será exigível a licitação para a contratação de trabalhos técnicos e/ou artísticos que visem à divulgação de determinada ideia ou produto e não para a simples divulgação do nome da instituição.

Observa-se, ainda, que o contrato de patrocínio a ser firmado tem o caráter de divulgação institucional, por pretender apresentar a imagem e a filosofia da empresa **ADEPE**, valorizando a instituição no ponto de vista simbólico e, principalmente, por não conter objetivos

comerciais imediatos, e ainda, acerca das potencialidades do Estado de Pernambuco, em especial as referentes à Desenvolvimento Econômico e Social.

Cumprе mencionar, ainda que não se aplica diretamente a esta sociedade de economia mista, mas assessoriamеntе, que o §4º do artigo 44 do Decreto nº 8.945/16, que regulamеnta, no âmbito da União, a Lei nº 13.303/16, no contrato de patrocínio deve ser observado os seguintes parâmetros cumulativos para sua celebração: a) destinação para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais ou de inovação tecnológica; b) vinculação ao fortalecimento da marca da empresa estatal; e c) a aplicação, no que couber, da legislação de licitações e contratos.

DA CONCLUSÃO

A Comissão Permanente de Licitação, nomeada pela Portaria DP/DGG nº 43/2024, de 1º de agosto de 2024, e DP/DGG nº 024/2026, com efeito a partir de 05 de março de 2026, é da opinião de que não se faz necessário a abertura de processo licitatório para o caso em tela, em razão da inviabilidade de competição, prevista no caput do art. 30 da Lei Federal nº 13.303/2016 c/c Política de Patrocínios da **ADEPE**.

Em face do exposto, diante de todos os fundamentos de fato e de direito supracitados, opinamos pela legalidade da celebração do contrato de patrocínio entre a 52.031.950 **MARCELO CLEMENTE ALVES**, inscrito no CNPJ/MF sob o nº **52.031.950/0001-87**, e a **AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E PERNAMBUCO S.A. – ADEPE**, para a exposição “**GERAÇÃO SULANCA**”, no valor de **R\$15.000,00 (quinze mil reais)**, conforme Parecer da CATP, sem prévio procedimento licitatório, em virtude da caracterização da inexigibilidade de licitação, nos termos da legislação supramencionada, referente ao patrocínio em comento.

Por fim, a Comissão Permanente de Licitação ressalta que deve ser observado os termos da Política de Patrocínios da **ADEPE**, bem como os limites com as despesas decorrentes deste Patrocínio pela CATP.

É o parecer, SMJ, o qual submetemos à apreciação superior, para Ratificação.

Recife (PE), março de 2026.

Luiz Bezerra
Presidente da CPL

Milena Sena
membra

Fernanda Farias
Membra

Flaviane Ribeiro
membra

Deisy Luci Pereira
Membra

Lucas Leandro Leite
Membro

Adriana Coutinho
membra

[1] STF RE 574636/SP, Primeira Turma. Julgamento: 16/08/2011.

[2] STF RE 953113. Julgamento: 11/12/2017.

[3] TCE/PR. Acórdão nº 3242/2017 – Primeira Câmara. Rel. Fernando Guimarães.



Documento assinado eletronicamente por **Flaviane Ribeiro Queiroz**, em 24/03/2026, às 12:26, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Deisy Luci Pereira da Silva**, em 24/03/2026, às 12:26, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Bezerra de Souza Filho**, em 24/03/2026, às 12:26, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Lucas Leandro Leite da Silva**, em 24/03/2026, às 12:49, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Milena Suzy de Sena Silva**, em 24/03/2026, às 13:29, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Fernanda Maria Costa Farias**, em 24/03/2026, às 13:48, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Adriana Bezerra de Melo Coutinho**, em 24/03/2026, às 14:34, conforme horário oficial de Recife, com fundamento no art. 10º, do [Decreto nº 45.157, de 23 de outubro de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.pe.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **83527966** e o código CRC **2652EF5F**.

Av. Conselheiro Rosa e Silva, 347 - Bairro Graças - Recife/PE

Telefone: (81) 31817300 - ADEPE - CPL

www.adepe.pe.gov.br - adepe@adepe.pe.gov.br