

# Laranjeiras do Sul

INDUSTRIA

LICITAÇÃO Nº.: 006/2018

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGENCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFF-LINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.

VOLUME 03

DATA DE EMISSÃO: 07 DE MAIO DE 2018.



REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
 MINISTERIO DAS CIDADES  
 DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO  
 CARTEIRA NACIONAL DE HABILITACAO

VALS

NOPE  
 SAMUEL KRUK

DOC. IDENTIDADE / ORIG. EMISSOR / UF  
 8371167-1 SESP PR

CFP DATA NASCIMENTO  
 049.068.799-77 04/06/1984

FILIAÇÃO  
 PEDRO KRUK  
 REGINA POCCZYNEK KRUK

PERMISSÃO ACC CAT. HAB.  
 AB

Nº REGISTRO VALIDADE 1ª HABILITAÇÃO  
 02719231478 05/02/2023 09/01/2003

OBSERVAÇÕES

ASSINATURA DO PORTADOR

LOCAL CANDOI, PR DATA EMISSÃO 05/02/2018

ASSINATURA DO EMISSOR

84808456026  
 PR913862174

PARANÁ

VALS

PROIBIDO PLASTIFICAR

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

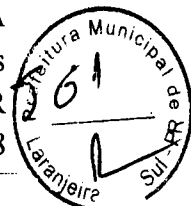
1595323988

Confere Com Original  
 Pref Mun Laranj do Sul

*[Handwritten signature]*



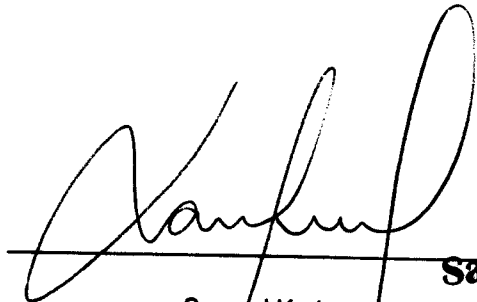
A  
Comissão de licitações  
Município de Laranjeiras do Sul/PR  
CONCORRÊNCIA 006/2018



**DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO**  
Com referência à Concorrência nº 006/2018-PMLS.

A Empresa COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 10.660.477/0001-57, inscrição estadual ISENTA, com sede na AV. 27 DE AGOSTO, 2753, SALA 02, BAIRRO PIONEIROS, CANDÓI/PR, CEP 85.140-000, neste ato representada por seu sócio, SAMUEL KRUK, portador da cédula de identidade RG 8.371.167-1, inscrito no CPF 049.068.799-77, residente e domiciliado na Av. Anízio Pedro da Luz, 62, Apto 01, Centro, Candói/PR, CEP: 85.140-000, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº15.608/07, DECLARA, que cumpri plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Candói/PR, 09 de agosto de 2018.

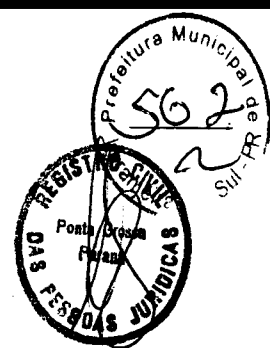
  
**Samuel Kruk**  
Sócio - Gerente  
Samuel Kruk  
Publicitário | Sócio Proprietário  
samuel@bebopcomunicacao.com.br

10.660.477/0001-57

COSTA E KRUK  
COMUNICAÇÃO LTDA - ME

AV 27 DE AGOSTO, 2753 - SALA 02  
PIONEIROS - CEP 85140-000  
CANDÓI PARANÁ

**CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**  
**CONTRATO SOCIAL**



**CÁSSIA CIBELE CONSUL**, brasileira, solteira, maior, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa -PR., à Rua: Frederico Balhs, nr. 112 apto. 12, portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **ELOIR RODRIGUES DA SILVA**, brasileiro, solteiro, maior, estudante, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR., à Rua: Comendador Miró, nr. 880 apto. 03, portador da C.I.RG.NR. 7.246.103-7/Pr e C.P.F. NR. 027.390.399-30 e **ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**, brasileiro, solteiro, maior, estudante, residente e domiciliado em Ponta Grossa- Pr., à Rua: Comendador Miró, nr. 880, apto. 02, portador da C.I. RG.NR. 4.860.310-6/Pr e C.P.F.NR. 812.679.919-68 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, solteiro, maior, estudante, residente e domiciliado em Ponta Grossa - Pr., à Rua: Frederico Balhs, nr. 112 apto.12, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/Pr e C.P.F. NR.035.288.239-50, resolvem de comum acordo constituir uma empresa de Sociedade Civil Por Quotas de Responsabilidade Limitada, conforme as cláusulas a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA: NOME EMPRESARIAL E ENDEREÇO.**

A sociedade girará sob o nome empresarial de : **CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**, com sede e foro em **Ponta Grossa/PR., à Rua: SETE DE SETEMBRO, nr. 425 - Centro CEP. 84010-350.**

**CLÁUSULA SEGUNDA: OBJETO SOCIAL.**

A sociedade terá pôr objeto social : **ASSESSORIA DE IMPRENSA E EMPRESARIAL, AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS.**

**CLÁUSULA TERCEIRA: INÍCIO DE ATIVIDADES.**

A sociedade terá início de suas atividade em **20/10/2001** e será pôr tempo indeterminado.

**CLÁUSULA QUARTA: CAPITAL SOCIAL.**

**O Capital Social : R\$10.000,00 (Dez mil reais)**, dividido em 10.000 (Dez mil) quotas no valor de R\$-1,00(hum real) cada uma, totalmente integralizado e realizado neste ato em moeda corrente do País.





**G10 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**

**CNPJ Nº. 10.660.477/0001-57**

**NIRE Nº. 41206411212**

**SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**

**RONALDO ALVES DOS SANTOS**, brasileiro, maior, solteiro, empresário, natural de Cândói/Pr, aos 30/08/1982, residente e domiciliada à Rua Gervasio Hitochi Doi, n.º 724, Pioneiros, na cidade de Cândói, Estado do Paraná, CEP: 85.140-000, portador da cédula de identidade n.º 7.864.898-8, expedida pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná, inscrita no CPF/MF sob n.º 041.628.859-66 e a Srta. **BIANCA APARECIDA LOPES DE PAULA**, brasileira, maior, solteira, Empresária, natural de Curitiba/PR, nascida aos 20/12/1985, residente e domiciliada à Av. Morro Verde, n.º 1283, Centro, na cidade de Foz do Jordão, Estado do Paraná, CEP: 85.145-000, portadora da cédula de identidade n.º 9.452.159-9, expedida pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná e inscrita no CPF/MF sob n.º 051.589.849-05, únicos sócios componentes da sociedade empresarial limitada que gira sob o nome mercantil de **G10 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, com sede e foro na cidade de Cândói, no Estado do Paraná, na Avenida Anízio Pedro da Luz, n.º 62, Galeria São Pedro Sala 04, Centro, CEP: 85.140-000, inscrita no CNPJ sob n.º 10.660.477/0001-57, registrada na Junta Comercial do Paraná sob n.º **NIRE 41206411212** em 26/02/2009 e primeira alteração contratual registrada sob n.º **20111679273** em 08/02/2011, resolvem assim, alterar o contrato social conforme as cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** Ingressa na sociedade **ANDERSON COSTA**, brasileiro, maior, solteiro, Empresário, natural de Cascavel/PR, nascido aos 17/08/1986, residente e domiciliado à Rua Pedro Ivo, n.º 3927, Canada, na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, CEP: 85.813-231, portador da cédula de identidade n.º 8.191.690-0, expedida pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná e inscrito no CPF/MF sob n.º 047.703.149-81 e **SAMUEL KRUK**, brasileiro, maior, solteiro, empresário, natural de Guarapuava/PR, nascido aos 04/06/1984, residente e domiciliado à Rua Antônio Carlos Cunico, n.º 121, Casa 02, Boqueirão, na cidade de Guarapuava, Estado do Paraná, CEP: 85.020-706, portador da cédula de identidade n.º 8.371.167-1, expedida pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná, inscrito no CPF/MF sob n.º 049.068.799-77.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** Retira-se da sociedade o Sr. **RONALDO ALVES DOS SANTOS**, possuidor de 1.200 (Hum mil e duzentas) quotas de capital, no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada, totalizando o valor de R\$ 12.000,00 (Doze mil reais), assim vende e transfere pelo valor contábil as 1.200 (hum mil e duzentas) quotas de capital para o sócio ingressante **SAMUEL KRUK** pelo valor nominal de R\$ 12.000,00 (Doze mil reais), cujo pagamento é feito neste ato em moeda corrente do país e retira-se da sociedade a Srta. **BIANCA APARECIDA LOPES DE PAULA**, possuidor de 300 (trezentas) quotas de capital, no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada, totalizando o valor de R\$ 3.000,00 (Três mil reais), assim vende e transfere pelo valor contábil as 300 (trezentas) quotas de capital para o sócio ingressante **ANDERSON COSTA** pelo valor nominal de R\$ 3.000,00 (Três mil reais), cujo pagamento é feito neste ato em moeda corrente do país.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** Os sócios que se retiram da sociedade dão por este instrumento, plena, geral e rasa quitação das quotas vendidas.

# G10 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

CNPJ Nº. 10.660.477/0001-57

NIRE Nº. 41206411212

## SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO



**CLÁUSULA QUARTA:** Os sócios ingressante, declaram conhecer a situação econômico-financeira da sociedade, ficando desta forma sub-rogado nos direitos e obrigações decorrentes do presente instrumento.

**CLÁUSULA QUINTA:** Neste ato o sócio ingressante Sr. **ANDERSON COSTA**, integraliza neste ato em moeda corrente do país a quantia de R\$ 2.000,00 (Dois mil reais), divididos em 200 (duzentas) quotas no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada uma e o Sócio ingressante Sr **SAMUEL KRUK**, integraliza neste ato em moeda corrente do país a quantia de R\$ 33.000,00 (Trinta e três mil reais), divididos em 3.300 (Três mil trezentas) quotas no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada uma. Dessa forma o capital social da empresa que era de R\$ 15.000,00 (Quinze mil reais) fica alterado e elevado para **R\$ 50.000,00** (Cinquenta mil reais), divididos em 5.000 (cinco mil) quotas de capital no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada uma.

**CLÁUSULA SEXTA:** Em virtude desta modificação e a entrada e saída de sócios, o capital social que é de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) divididos em 5.000 (cinco mil) quotas de capital no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada fica assim distribuído entres os sócios:

Sócios	quotas	Valor R\$	%
<b>ANDERSON COSTA</b>	500	5.000,00	10,00
<b>SAMUEL KRUK</b>	4.500	45.000,00	90,00
<b>Total</b>	<b>5.000</b>	<b>50.000,00</b>	<b>100,00</b>

**CLÁUSULA SETIMA:** Fica alterada a Cláusula Primeira do Contrato Social onde a razão social e a sede e foro passam a ser: **COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA**, com sede e foro na cidade de **Candói**, no estado do **Paraná**, na **Avenida 27 de Agosto, nº 2753, Sala 02 Pioneiros, CEP: 85.140-000**.

**CLÁUSULA OITAVA:** Fica alterada a Cláusula Sétima do Contrato Social primitivo onde a administração da sociedade caberá ao sócio **ANDERSON COSTA**, ao qual compete o uso do nome empresarial **INDIVIDUALMENTE**, bem como fica dispensada da prestação de caução, com os poderes e atribuições de gerenciar os negócios sociais, vedados, no entanto, o uso do nome empresarial em negócios estranhos ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer das quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens da sociedade, sem autorização do outro sócio.

**CLÁUSULA NONA:** O administrador declara sob penas da lei, de que não está impedida de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crimes falimentares, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fê pública, ou a propriedade.



## GI0 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

CNPJ Nº. 10.660.477/0001-57

NIRE Nº. 41206411212

### SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO

**CLÁUSULA DÉCIMA:** Permanecem inalteradas as demais cláusulas vigentes que não colidirem as disposições do presente instrumento.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** Da Consolidação do Contrato: À vista da modificação ora ajustada e em consonância com o que determina o artigo 2.031 da Lei nº 10.406/2002, os sócios RESOLVEM, por este instrumento, atualizar e consolidar o contrato social e alterações, tornando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo e alterações que, adequado às disposições da referida Lei nº 10.406/2002, aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:

**ANDERSON COSTA**, brasileiro, maior, solteiro, Empresário, natural de Cascavel/PR, nascido aos 17/08/1986, residente e domiciliado à Rua Pedro Ivo, n.º 3927, Canada, na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, CEP: 85.813-231, portador da cédula de identidade n.º 8.191.690-0, expedida pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná e inscrito no CPF/MF sob n.º 047.703.149-81 e **SAMUEL KRUK**, brasileiro, maior, solteiro, empresário, natural de Guarapuava/PR, nascido aos 04/06/1984, residente e domiciliado à Rua Antônio Carlos Cunico, n.º 121, Casa 02, Boqueirão, na cidade de Guarapuava, Estado do Paraná, CEP: 85.020-706, portador da cédula de identidade n.º 8.371.167-1, expedida pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná, inscrito no CPF/MF sob n.º 049.068.799-77, únicos sócios componentes da sociedade empresarial limitada que gira sob o nome mercantil de **COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA**, com sede e foro na cidade de Cândói, no estado do Paraná, na Avenida 27 de Agosto, n.º 2753, Sala 02, Pioneiros, CEP: 85.140-000, inscrita no CNPJ sob nº 10.660.477/0001-57, registrada na Junta Comercial do Paraná sob nº NIRE 41206411212 em 26/02/2009 e primeira alteração contratual registrada sob nº 20111679273 em 08/02/2011, resolvem assim, efetuar a consolidação conforme cláusulas a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** A sociedade gira sob o nome empresarial de **COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA**, com sede e foro na cidade de Cândói, no estado do Paraná, na Avenida 27 de Agosto, nº 2753, Sala 02, Pioneiros, CEP: 85.140-000.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O início de atividades é no dia 02 de Março de 2009 e o prazo de duração da sociedade é por tempo indeterminado.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O Capital Social é de **R\$ 50.000,00** (Cinquenta mil reais), divididos em 5.000 (Cinco mil) quotas de capital no valor de R\$ 10,00 (dez reais) cada uma, totalmente integralizadas neste ato em moeda corrente do país e fica assim distribuído entre os sócios:

Sócios	quotas	Valor R\$	%
ANDERSON COSTA	500	5.000,00	10,00
SAMUEL KRUK	4.500	45.000,00	90,00
Total			

**G10 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**

**CNPJ Nº. 10.660.477/0001-57**

**NIRE Nº. 41206411212**

**SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**

---



**CLÁUSULA QUARTA:** O objeto da sociedade é: Agência de publicidade e Propaganda.

**CLÁUSULA QUINTA:** A responsabilidade de cada sócio passa a ser restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

**CLÁUSULA SEXTA:** A administração da sociedade caberá ao sócio **ANDERSON COSTA**, ao qual compete o uso do nome empresarial **INDIVIDUALMENTE**, bem como fica dispensado da prestação de caução, com os poderes e atribuições de gerenciar os negócios sociais, vedados, no entanto, o uso do nome empresarial em negócios estranhos ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens da sociedade, sem autorização do outro sócio.

**CLÁUSULA SETIMA:** Ao término da cada exercício, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração de inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

**CLÁUSULA OITAVA:** Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores se os mesmos acharem necessário.

**CLÁUSULA NONA:** As deliberações sociais serão tomadas em reunião de sócios, cujo quorum de instalação e de decisão será a maioria simples do capital social, nos casos em que a lei não exigir quorum maior.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** A reunião dos sócios será convocada pelo administrador e/ou sócio, com 10 (dez) dias de antecedência, mediante expedição de carta convocatória, com local, data, hora e a ordem do dia da reunião, para os endereços que os sócios, para esse fim, depositarem na sede da empresa.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA:** Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observando as disposições regulamentares pertinentes.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** Em caso de falecimento ou interdição de qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

*Anderson Costa*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

G10 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

CNPJ Nº. 10.660.477/0001-57

NIRE Nº. 41206411212

SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO



**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA:** Os administradores declaram sob penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crimes falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

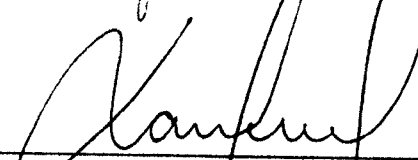
**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA:** Fica eleito o foro da comarca de GUARAPUAVA para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

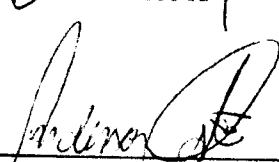
E, por estarem justos e contratados, mandam lavrar o presente instrumento em (01) uma via de igual forma e teor, que é assinado pelas partes para ter efeitos legais.

Candói – PR, 15 de Fevereiro de 2017.

  
\_\_\_\_\_  
RONALDO ALVES DOS SANTOS

  
\_\_\_\_\_  
BIANCA APARECIDA LOPEZ DE PAULA

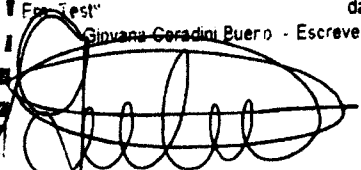
  
\_\_\_\_\_  
SAMUEL KRUK

  
\_\_\_\_\_  
ANDERSON COSTA

**3º Tabelionato de Notas**  
 Rua Souza Naves, 3445  
 Cascavel - PR - CEP 85.901-120  
 (45) 3038-5733  
 CNPJ: 78.078.448/0001-86

SELO DIGITAL Nº Aodc.9sc6s.VE604, Controle: 3PV8X.QP15  
 Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>

Reconheço por Verdadeira a firma de **ANDERSON COSTA**  
 0037.258241. Dou fé  
 Cascavel-Paraná 01 de março de 2017. 13:33:00h  
 Fm Test" da Verdade  
 Giovana Coradini Bueno - Escrevente


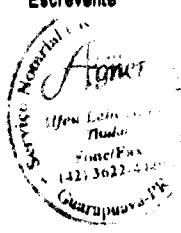


**SERVIÇO DISTRITAL DE BOQUEIRÃO**  
**TABELIONATO DE NOTAS E REGISTRO CIVIL**  
 Alfeu Leite Agner  
 Agente Delegado  
 Av. Prof. Moacyr Julio Silvestri, 1633 - Batel - CEP 80015-370 - Guarapuava-PR  
 Fone/Fax: (47) 3622-3449 - [www.funarpen.com.br](http://www.funarpen.com.br) - [tblong@funarpen.com.br](mailto:tblong@funarpen.com.br)

Valide esse selo em <http://funarpen.com.br>  
 Reconheço por VERDADEIRA a assinatura indicada de **SAMUEL KRUK**. Dou fé. Guarapuava/PR, 02/03/2017

Em Test" da Verdade  
 Custos R\$ 1,93 (VRC 43.007) Selo R\$ 0,75

PAULO CESAR TONHEIRA  
 Escrevente

**CARTÓRIO FACHECO** CELSON LUIZ FACHECO - NOTÁRIO  
 SERVIÇO DISTRITAL DE CANDÓI / MUNICÍPIO DE CANDÓI - PR  
 R. Antão Pedro de Lenc, 97 - Centro - Caixa Postal 54 - CEP 87.400-000 - M.L. 442/2008, 1190 - [tblong@funarpen.com.br](mailto:tblong@funarpen.com.br)

Reconheço por VERDADEIRA as(s) firma(s) de  
**RONALDO ALVES DOS SANTOS**.

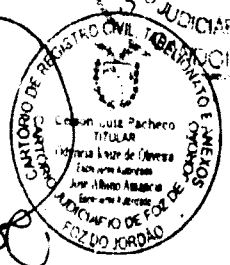
Dario Miranda Almeria - Escrevente Autorizado  
 Nelson Luiz Facheco - Notário  
 Candói, 02/03/2017

FUNARPEN - SELO DIGITAL Nº 9IGx8. MQbof. nsPkn - 6KMcp. AodQ4  
 Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>



**SERVIÇO DISTRITAL DE FOZ DO JORDÃO - PR**  
 Avenida Alto Verde, Centro - CEP: 85145-000 -  
 Telefona: 042-3639-1064 - email: [cartoriofozjordaop@hotmail.com](mailto:cartoriofozjordaop@hotmail.com)

Reconheço a(s) firma(s) por Verdadeira de:  
**BIANCA APARECIDA LOPES DE PAULA.**



Odynéia Kaizer de Oliveira - Escrevente  
 Jose Albino Amancio - Escrevente  
 Foz do Jrdão - PR, 02-03-2017

FUNARPEN - SELO DIGITAL Nº maby4 G7M8L tRNFT - FPsZl. KuEV7.-

*(Handwritten mark)*



## 3º Tabelionato de Notas

CARTÓRIC

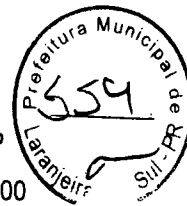
Francisco Smarczewski

RUA SOUZA NAVES, 3445 • FONE/FAX (45) 3038-5733 • www.terceirotabelionato.com.br

Livro: 266-P-558  
 Folha: 198/200  
 Prot: 0000746/2017  
 0060398  
 Resp.: 0041  
 P.: 001

**PROCURAÇÃO BASTANTE QUE FAZ: COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA A FAVOR DE SAMUEL KRUK.**

**S A I B A M** quantos este Público Instrumento de Procuração bastante virem que, aos trinta e um dias do mês de março do ano de dois mil e dezessete, (31/03/2017), nesta Cidade e Comarca de Cascavel, Estado do Paraná, neste Serviço Notarial, compareceu, como Outorgante:- **COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA**, pessoa jurídica, inscrita no CNPJ/MF sob nº **10.660.477/0001-57**, com sede na Avenida 27 de Agosto, 2753, Sala 02 em Candói, Estado do Paraná, neste ato representada por seu sócio administrador **ANDERSON COSTA**, brasileiro, filho de **OSVALDO COSTA** e **LEONI ANTIKIEVICZ COSTA**, solteiro como declarou, maior e capaz, estudante, portador da Cédula de Identidade nº **8.191.690-0-SSP-PR**, expedida em 03/09/1997, inscrito no CPF/MF sob nº **047.703.149-81**, residente e domiciliado na Rua Pedro Ivo, 3927, Canada, Cascavel, Estado do Paraná, tudo em conformidade com a Segunda Alteração Contratual Consolidada e Certidão Simplificada expedida pela Junta Comercial do Paraná, em 24 de março de 2017, com último arquivamento em 06 de março de 2017, sob nº 20171517911, que encontra-se arquivada nestas Notas às folhas 120/126 do Livro 171-ACS; reconhecida como a própria por mim 3º Notário, conforme os documentos que me foram apresentados, do que dou fé. E aí, pela Outorgante, me foi dito que nomeia e constitui seu bastante procurador:- **SAMUEL KRUK**, brasileiro, solteiro como declarou, maior e capaz, empresário, portador da Cédula de Identidade nº **8.371.167-1/SSP/PR**, inscrito no CPF/MF sob nº **049.068.799-77**, residente e domiciliado na rua Antonio Carlos Cunico, 121, casa 02, bairro Boqueirão, Guarapuava, Estado do Paraná; a quem confere amplos, gerais e ilimitados poderes para gerir e administrar a firma outorgante bem como suas filiais; representar perante quaisquer repartições públicas, órgãos ou empresas federais, estaduais, municipais, autárquicas, empresas públicas ou privadas, Ministérios, Companhias de Saneamento ou de Energia Elétrica, públicas, privadas ou autárquicas, Copel, Sanepar, concessionárias de serviços públicos, registros imobiliários, tabelionatos de notas e de protestos, registro de títulos e documentos, IBAMA, ITCF, IAP, INSS, INCRA, Vigilância Sanitária, Juntas Comerciais, Receita Federal e Estadual, junto a Prefeitura Municipal de Cascavel - Paraná, na qual poderá representar a empresa em procedimentos licitatórios e/ou concorrências públicas, com todos os poderes, para a prática dos atos necessários para a participação, contratação e as defesas dos direitos da empresa outorgante, e, estendendo-se os mesmos poderes para os outros municípios, em quaisquer de seus órgãos e secretarias, bem como em demais agentes arrecadadores, Aeroportos, Portos, Alfândegas, Rodoviárias, Ferroviárias, Sindicatos, Ministério do Trabalho, Corpo de Bombeiros, Delegacias de Polícia Militar, Civil e Federal.



Livro: 266-P  
Folha: 198/200  
Prot: 0000746/2017  
0060398  
Resp.: 0041  
P: 003



### 3º Tabelionato de Notas

Francisco Smarczewski

RUA SOUZA NAVES, 3445 • FONE/FAX (45) 3038-5733 • www.terceirotabelionato.com.br

**CARTORIO**  
instrumentos públicos e/ou particulares, contratos, anexos, aditivos e outros instrumentos que se fizerem necessário, concordar com termos, cláusulas, condições, prazos, e valores taxas, encargos, assinar notas promissórias; **não podendo substabelecer**; e, praticar finalmente, todos os demais atos necessários e indispensáveis ao fiel e cabal desempenho do presente mandato. Pela Outorgante, me foi dito, finalmente, que aceita esta procuração em todos os seus expressos termos, tal qual se acha redigida a qual assina nesta data. A outorgante declara que conferiu e que se responsabiliza pela veracidade dos dados fornecidos do procurador e do objeto utilizado para a lavratura do presente instrumento. Assim o disse, do que dou fé. A pedido, lavrei-lhe a presente procuração que, depois de lida e achada em tudo conforme, outorga, aceita e assina. Pelas partes me foi dito que dispensam a presença das testemunhas conforme Código de Normas da Corregedoria Geral da Justiça deste Estado. Guia de Funrejus nº 1400000002441560-5, valor de R\$17,50 (dezesete reais e cinquenta centavos). Ato protocolado sob número 0000746/2017 do Livro de Protocolo Geral aos trinta e um dias do mês de março do ano de dois mil e dezessete (31/03/2017). Eu, Francisco Smarczewski, 3º Notário, que a escrevi, conferi, subscrevo, dou fé e assino. Emolumentos: R\$70,00, (VRC 384,62), Selo: R\$0,75. Selo Digital N° dmDas.CJmXv.6DA2h, Controle: fVkfH.9ueWV. (aa.) COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA, ANDERSON COSTA. Francisco Smarczewski, 3º Notário.. Nada mais. Traslada em seguida, confere em tudo com o original, ao qual me reporto e dou fé. Eu, Francisco Smarczewski, 3º Notário, que a trasladei, conferi, subscrevo, dou fé e assino em público e raso.

Em Testº \_\_\_\_\_ da Verdade

Francisco Smarczewski

3º Notário

Ricardo Augusto Smarczewski

Substituto  
CPF: 080.497.529-68  
Port. 04/96

**CARTORIO**  
FUNREJUS  
SELO DIGITAL N°  
dmDas.CJmXv.6DA2h  
Controle:  
fVkfH.9ueWV  
Consulte esse selo em  
<http://funarpen.com.br>

**CARTORIO**





**CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**  
**CONTRATO SOCIAL**

**CLÁUSULA QUINTA: QUADRO SOCIETÁRIO.**

SÓCIOS	Capital Social	Quotas	%
CÁSSIA CIBELE CONSUL	R\$ 2.500,00	2.500	25%
ELOIR RODRIGUES DA SILVA	R\$ 2.500,00	2.500	25%
ALEXANDRE MOTTA CONTIERO	R\$ 2.500,00	2.500	25%
MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA	R\$ 2.500,00	2.500	25%
TOTAL	R\$-10.000,00	10.000	100%

A responsabilidade dos sócios é limitada a importância total do Capital Social.

**CLÁUSULA SEXTA: DO FALECIMENTO OU RETIRADA DE SÓCIOS.**

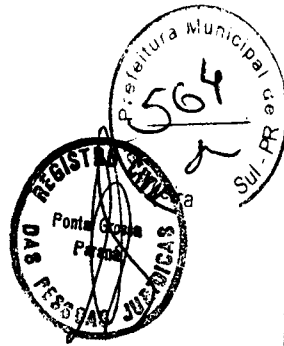
O falecimento de qualquer um dos sócios não dissolverá ou extinguirá a sociedade que continuará com os remanescentes ou ficando os herdeiros e sucessores subrogados nos direitos e obrigações do "de cujus" podendo nela fazerem-se representar, enquanto indiviso o quinhão respectivo pôr um dentre eles devidamente credenciado pelos demais.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO:** Para apuração do valor das quotas e demais haveres do sócio falecido, a sociedade deverá recorrer aos serviços de uma empresa de auditoria, de notória idoneidade. Os valores encontrado pela mesma serão pagos em 06(seis) prestações iguais e mensais, vencendo-se a primeira 60(sessenta) dias após o falecimento e as demais em igual dia dos meses subseqüente.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Mediante acordo os sócios superstites, os herdeiros poderão ingressar na sociedade, caso não haja mais impeditivo legal quanto a sua capacidade jurídica.

**CLÁUSULA SÉTIMA: INDIVISIBILIDADE DAS QUOTAS.**

As quotas da sociedade são indivisíveis e não poderão ser transferidas ou alienadas a qualquer título a terceiros sem o consentimento unânime dos demais sócios, cabendo a estes, o direito de preferência na sua aquisição nas proporções das quotas que possuírem.



**CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**  
**CONTRATO SOCIAL**

**CLÁUSULA OITAVA: PRÓ-LABORE.**

Aos serviços que prestarem a sociedade, perceberão os sócios a título de pró-labore, o valor acordado entre as partes.

**CLÁUSULA NONA: ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE.**

A sociedade será administrada pôr um ou mais gerentes, a quem compete privativamente o uso da firma e a representação ativa e passiva, judicial e extra judicial da sociedade, sendo-lhes entretanto vedado o seu emprego sob qualquer pretexto ou modalidade, em operações ou negócios estranhos ao objeto social da, especialmente a prestação de avais, endossos, finanças ou caução de favor.

**CLÁUSULA DÉCIMA : DELIBERAÇÕES.**

As deliberações sociais ainda que impliquem em alteração contratual, poderão ser tomadas pêlos sócios que representem no mínimo 2/3 (dois terços) do capital social.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: DESEMPEDIMENTO.**

Os sócios declaram não estarem incurso em nenhum dos crimes previstos em Lei que os impeçam de exercerem a atividade mercantil.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: GERÊNCIA.**

Fica investido na função de gerente a sócia: **CÁSSIA CIBELE CONSUL** e está dispensado da prestação de caução.

E pôr estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento em três vias de igual teor e forma, obrigando-se a sí e seus herdeiros a cumpri-lo fielmente, juntamente com duas testemunhas na forma da Lei.

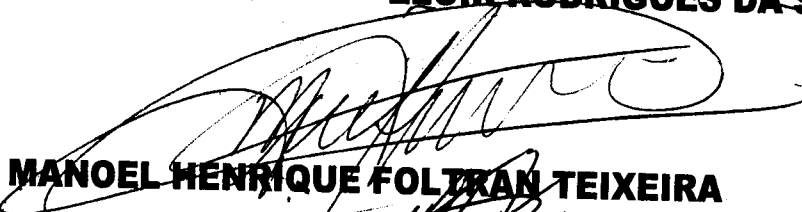


**CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**  
**CONTRATO SOCIAL**

Ponta Grossa, 25 de setembro de 2001

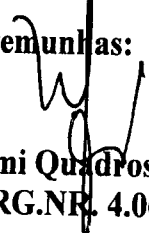
  
**CÁSSIA CIBELE CONSUL**


  
**ELOIR RODRIGUES DA SILVA**

  
**MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**

  
**ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**

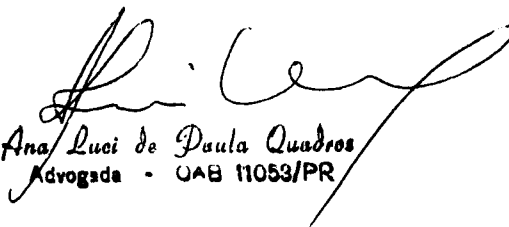
Testemunhas:

  
**Noemi Quadros de Macedo**  
C.I.R.G.NR. 4.064.014-6/PR.

  
**Giovana Gonçalves Cordeiro**  
C.I.R.G.NR. 5.587.378-0/PR.

**JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA**  
Escritora

**OFÍCIO DE NOTAS**  
R. Sete de Setembro, 940  
Fone: (42) 3224-1310

  
**Ana Luci de Paula Quadros**  
Advogada - OAB 11053/PR

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

## 1º Alteração Contratual



**CÁSSIA CIBELE CONSUL**, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, solteira, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Anita Garibaldi, nº 1489, São José, CEP 84015-050, portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **ELOIR RODRIGUES DA SILVA**, brasileiro, natural de Apucarana, estado do Paraná, solteiro, nascido em 06/07/1978, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR., à Rua: Theodoro Rosas, 1.007, Apto 01, Centro, CEP 84010-180, portador da C.I.RG.NR. 7.246.103-7/SSP-PR e C.P.F. NR. 027.390.399-30, **ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**, brasileiro, natural de Londrina, estado do Paraná, solteiro, nascido em 22/02/1972, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- Pr., à Rua: Comendador Miró, nr. 880, apto. 02, CEP 84010-160, portador da C.I. RG.NR. 4.860.310-6/SSP-PR e C.P.F.NR. 812.679.919-68 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, solteiro, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84010-350, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa – Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, resolvem por **DELIBERAÇÃO MAJORITÁRIA**, ALTERAR e ADEQUAR o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

### CLÁUSULA PRIMEIRA: RETIRADA DE SÓCIOS.

Retira-se da sociedade o sócio **ALEXANDRE MOTTA CONTIERO**, possuidor de 2.500 (Duas mil e quinhentas) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, perfazendo um total de R\$2.500,00 (Dois mil e quinhentos reais), livre e desembaraçadas de qualquer ônus, transfere por venda, a totalidade das mesmas ao sócio remanescente **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA** e retira-se da sociedade o sócio **ELOIR RODRIGUES DA SILVA**, possuidor de 2.500 (Duas mil e quinhentas) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, perfazendo um total de R\$2.500,00 (Dois mil e quinhentos reais), livre e desembaraçadas de qualquer ônus, transfere por venda, a totalidade das mesmas a sócia remanescente **CASSIA CIBELE CONSUL**.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – O sócio cedente responderá solidariamente juntamente com os sócios remanescentes.

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



## CLÁUSULA SEGUNDA: CAPITAL SOCIAL

O Capital Social no valor de R\$10.000,00 (Dez mil reais), representado por 10.000 (Dez mil) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, ficará assim distribuído entre os sócios.

SÓCIOS	Capital	Nº Quotas	%
Cássia Cibele Consul	R\$5.000,00	5.000	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	R\$5.000,00	5.000	50%
TOTAL	R\$10.000,00	10.000	100,00%

**CLÁUSULA TERCEIRA** A responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital de cada um, porém, todos respondem solidariamente pela integralização do capital.

## CLÁUSULA QUARTA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE.

Fica investido na função de administrador a sócia **CÁSSIA CIBELE CONSUL**, autorizado o uso individual do nome empresarial, cabendo a responsabilidade ou representação ativa e passiva da sociedade, em juízo ou fora dele, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, perante todos os órgãos públicos da União, Estados ou Municípios, e a administração de todos os negócios sociais perante terceiros, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhes, entretanto, expressamente vedado o uso da Sociedade em avais e fianças em transações estranhas aos objetivos sociais.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** - É vedado a designação de administradores não sócios.

## CLÁUSULA QUINTA :DESEMPEDIMENTO.

Os administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, de peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

## CLÁUSULA SEXTA: ADEQUAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL, CONFORME LEI 10.406 DE 10/01/2002.

À vista da nova legislação, ADEQUASSE o Contrato Social, com a seguinte redação:

CAPÍTULO I DENOMINAÇÃO

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

## 1º Alteração Contratual



**CLÁUSULA SEGUNDA** - A Sociedade terá por objeto o ASSESSORIA DE IMPRENSA EMPRESARIAL, AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS.

**CLÁUSULA TERCEIRA** - A Sociedade terá sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, em Ponta Grossa/PR, CEP. 84.010-350.

**CLÁUSULA QUARTA** - A Sociedade iniciou-se em 20 de setembro de 2001 e seu prazo é indeterminado.

### CAPITULO II - DO CAPITAL SOCIAL

**CLÁUSULA QUINTA** - O Capital Social, será de R\$10.000,00 (Dez mil reais), composto por 10.000 (Dez mil) quotas no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, subscrito e totalmente realizado neste ato em moeda corrente do País.

**CLÁUSULA SEXTA** - O capital de R\$10.000,00 (Dez mil reais), totalmente subscrito e realizado nesta ato, em moeda corrente do País, ficará assim distribuído entre os sócios:-

SÓCIOS	Capital	Nº Quotas	%
Cássia Cibele Consul	R\$5.000,00	5.000	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	R\$5.000,00	5.000	50%
TOTAL	R\$10.000,00	10.000	100,00%

**CLÁUSULA SÉTIMA** - As quotas da Sociedade são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento dos outros sócios, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

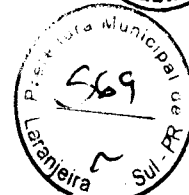
**PARÁGRAFO ÚNICO** - O sócio cedente responderá solidariamente juntamente com os sócios cessionários adquirentes perante a Sociedade e terceiros, pelas obrigações que tinha como sócio, durante dois anos.

**CLÁUSULA OITAVA** - A responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital de cada um, porém todos respondem solidariamente pela integralização do capital.

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



## CAPÍTULO III - DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

**CLÁUSULA NONA-** Fica investido na função de administrador a sócia **CÁSSIA CIBELE CONSUL**, autorizado o uso individual do nome empresarial, cabendo a responsabilidade ou representação ativa e passiva da sociedade, em juízo ou fora dele, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, perante todos os órgãos públicos da União, Estados ou Municípios, e a administração de todos os negócios sociais perante terceiros, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhes, entretanto, expressamente vedado o uso da Sociedade em avais e fianças em transações estranhas aos objetivos sociais.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** - É vedado a designação de administradores não sócios.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** Pelos serviços que prestarem à sociedade, perceberão os sócios a título de remuneração "Pró-Labore", quantia mensal fixada em comum acordo entre os sócios.

**CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA** – As deliberações sociais que não necessitem o consenso de todos os sócios, nos termos do Código Civil, serão tomadas em reunião dos sócios que representem a maioria absoluta do Capital.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – Para realização das reuniões dos sócios, quando necessárias, estes serão convocados através de cartas convites, com antecedência mínima de sete dias.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA** - As eventuais dúvidas oriundas do presente contrato serão disciplinadas supletivamente pelas normas aplicáveis às Sociedades Anônimas.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA** - Se os sócios que representem a maioria absoluta do capital social entender que um ou mais sócios estiver, comprovadamente, pondo em risco a continuidade da Empresa, poderão estes serem excluídos por justa causa da Sociedade.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA** – A Sociedade não terá conselho fiscal.

## CAPÍTULO IV - DO BALANÇO PATRIMONIAL, RESULTADO ECONÔMICO E SUA DESTINAÇÃO

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA** - Anualmente de acordo com o calendário civil será levantado Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultados Econômicos.

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



## CAPÍTULO V – DO FALECIMENTO DE SÓCIOS

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA:** O falecimento de qualquer um dos sócios não dissolverá ou extinguirá a Sociedade, que continuará com os remanescentes ou ficarão os herdeiros e sucessores sub-rogados nos direitos e obrigações do “de cujus” podendo nela se fazerem representar enquanto indiviso o quinhão respectivo por um dentre eles credenciado pelos demais.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO:** Para apuração do valor das quotas e demais haveres do sócio falecido, a sociedade deverá recorrer aos serviços de uma empresa de auditoria. Os valores encontrado pela mesma serão pagos em 36 (trinta e seis) prestações iguais e mensais, vencendo-se a primeira em 60 (sessenta) dias após o falecimento e as demais em igual dia dos meses subseqüentes.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Mediante acordo entre os sócios supérstites, os herdeiros poderão ingressar na Sociedade, caso não haja impeditivo quanto a sua capacitação legal e jurídica para o ingresso e/ou exercício das atividades inerentes ao ramo explorado pela Sociedade.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Aplica-se a sistemática do parágrafo primeiro para a apuração e pagamento de haveres e direitos do sócio que desejar ser desligado da Sociedade ou excluído conforme o disposto na cláusula décima terceira.

**PARÁGRAFO QUARTO** - Fica facultado o pagamento em menor ou maior número de parcelas, previsto no parágrafo primeiro, desde que não seja abalada a situação econômica e financeira da Sociedade.

## CAPÍTULO VI – ADMINISTRADORES

**CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA** – Os administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, de peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

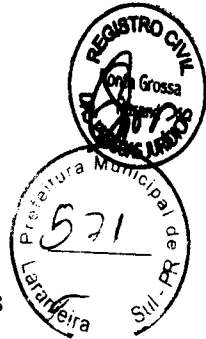
**CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA:** Fica eleito o foro da Comarca de Ponta Grossa, Paraná.



# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

1º Alteração Contratual



**CLÁUSULA DÉCIMA NONA:** Os sócios concordam com as cláusulas e parágrafos e com as disposições ADEQUADAS neste instrumento, das quais os sócios declaram ter pleno conhecimento.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, juntamente com as testemunhas o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 05 de junho de 2.003.

**CASSIA CIBELE CONSUL**

**ELOIR RODRIGUES DA SILVA**

**MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**

Testemunhas:

Noemi Quadros de Macedo  
C.I.R.G. nº 4.061.014-6/SSP-PR

Giovana Gonçalves Cordeiro  
C.I.R.G nº 5.587.378-0/SSP-PR

**AMAURI C. ALVES**  
Advogado - OAB 21891

**2º OFÍCIO DE NOTAS**  
R. Sete de Setembro, 940  
Fone: (42) 3224-1310

**57**  
Tabelionato de Notas  
Exclusivo para  
Autenticação de Cópia  
**FOK87044**

**JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA**  
Escrevente

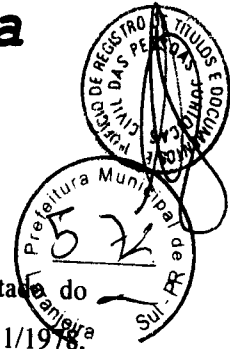
Ponta Grossa, 01 AGO, 2018 PR

**AUTENTICAÇÃO**  
Autentico a presente cópia  
extraída nestas notas conforme  
original apresentado. Dou fé.

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Segunda Alteração Contratual



**CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA**, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, casada com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Do Rosário, nº1.150 Apto. 11 portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, casado com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO SC LTDA**, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84010-350, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa - Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, e primeira alteração contratual em 30/06/2003, resolvem **ALTERAR** o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

## CLÁUSULA PRIMEIRA: AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL.

O Capital social passa para: **R\$90.000,00 (noventa mil reais)**, com o aumento de R\$80.000,00 (oitenta mil reais) sendo que R\$60.000,00 (sessenta mil reais) integralizado no ato em moeda corrente do País, totalizando o valor de R\$70.000,00 (setenta mil reais) realizado e integralizado e R\$20.000,00 (vinte mil reais) a realizar após 365 dias a contar do dia 01/08/2005.

## CLÁUSULA SEGUNDA: DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

O Capital Social no valor de R\$90.000,00 (Noventa mil reais), representado por 90.000 (Noventa mil) quotas, no valor de R\$1,00 (Um real) cada uma, ficará assim distribuído entre os sócios.

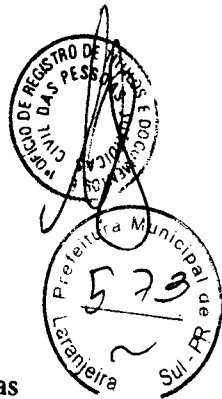
SÓCIOS	Capital	Nº Quotas	%
Cássia Cibele Cõsul Teixeira	R\$45.000,00	45.000	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	R\$45.000,00	45.000	50%
TOTAL	R\$90.000,00	90.000	100,00%

**CLÁUSULA TERCEIRA:** Os sócios concordam com as cláusulas e parágrafos e com as disposições Alteradas neste instrumento, das quais os sócios declaram ter pleno conhecimento.

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Segunda Alteração Contratual



E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, juntamente com as testemunhas o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 01 de Agosto de 2005

  
CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

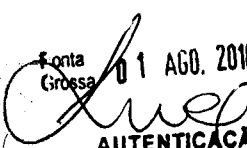
  
MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA




OFÍCIO DE NOTAS  
R. Sete de Setembro, 940  
Fone: (42) 3224-1310

Tabellionato de Notas  
Exclusivo para  
Autenticação de Cópia

JORDAN CAUSIN DE OLIVEIRA  
Escrevente  
87042

Ponta Grossa 01 AGO. 2018 PR

  
AUTENTICAÇÃO  
Autentico a presente cópia  
extraída nestas notas conforme  
o original apresentado. Dou fé.

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Terceira Alteração Contratual



CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, casada com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Do Rosário, nº1.150 Apto. 11 portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, casado com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA, com sede na Rua Sete de Setembro, nº 425, Centro, na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84010-350, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa – Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, resolvem ALTERAR o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.

## CLÁUSULA PRIMEIRA: ALTERAÇÃO DE ENDEREÇO.

O novo endereço passa para: RUA DESEMBARGADOR LAURO LOPES, Nº 188 JARDIM CARVALHO, CEP 84015-710 EM PONTA GROSSA – PR.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 05 de Maio de 2009

JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA  
Escritor

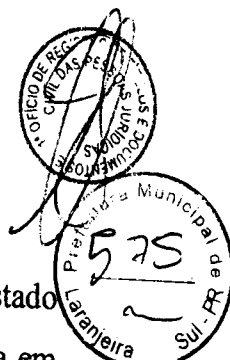
CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

Tabellionato de Notas  
Exclusivo para  
Autenticação de Cópia  
FOK87041

# Casa da Comunicação S/C Ltda

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30

Quarta Alteração Contratual




CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA, brasileira, natural de Ponta Grossa, estado do Paraná, casada com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascida em 24/11/1978, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nr. 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR., à Rua: Do Rosário, nº1.150 Apto. 11 portadora da C.I.RG.NR. 6.060.897-0/SSP-Pr e C.P.F. NR. 037.968.639-22 e MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA, brasileiro, natural de Campo Mourão, estado do Paraná, casado com regime de casamento de comunhão parcial de bens, nascido em 17/05/1977, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR, à Rua do Rosário, nº 1.150, Apto. 11, CEP 84010-150, portador da C.I.RG.NR. 5.334.089-0/SSP/PR e C.P.F. NR.035.288.239-50, únicos sócios componentes da sociedade limitada, que gira sob o nome empresarial de **CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA**, com sede na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, CEP 84015-710, tendo seu Contrato Social devidamente arquivado no Cartório das Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa – Paraná, sob nº 2.229 do Livro A-4, em 28 de setembro de 2001, resolvem ALTERAR o citado instrumento, conforme as cláusulas a seguir.


## CLÁUSULA PRIMEIRA: ALTERAÇÃO DE OBJETO SOCIAL

O novo objeto social passa para: **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.**

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam o presente instrumento, em quatro vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 04 de Março de 2010

  
CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

  
JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA  
Escritor

Tabellionato de Notas  
Exclusivo para  
Autenticação de Cópia  
FOK87037

3º OFÍCIO DE NOTAS

# CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA brasileira, natural de Ponta Grossa/PR, nascida em 24/11/1978, casada em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, registrada no FENAJ matrícula nº 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portadora da C.I.R.G. 6.060.897-0/SSP-PR e CPF nº 037.968.639-22 e MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA, brasileiro, natural de Campo Mourão/PR, nascido em 17/05/1977, casado em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portador da C.I.R.G. 5.334.089-0/SSP-PR e CPF 035.288.239-50, únicos sócios componentes da empresa que gira sob o nome empresarial CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA, com sede em Ponta Grossa/PR na Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710, registrada no cartório Privativo de Registro de Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa/PR sob nº 2.229 do livro A-4 em sessão de 28/09/2001, resolvem de comum acordo ALTERAR e CONSOLIDAR o citado instrumento conforme as cláusulas a seguir:

## CLÁUSULA PRIMEIRA - ALTERAÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA E NOVA DENOMINAÇÃO SOCIAL

A natureza jurídica passa a ser de Sociedade Simples. Face à transformação da natureza jurídica, a sociedade passa a girar sob a denominação de CASA DA COMUNICAÇÃO SS.

CLÁUSULA SEGUNDA: DA CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO. À vista da modificação ora ajustada e em consonância com o que determina o art. 2.031 da Lei n.º 10.406/2002, os sócios RESOLVEM por este instrumento atualizar e consolidar o contrato social e alteração, tomando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo que, adequado às disposições da referida lei n.º 10.406/2002 aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:

CASA DA COMUNICAÇÃO SS  
CNPJ 04.696.947/0001-30  
CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA brasileira, natural de Ponta Grossa/PR, nascida em 24/11/1978, casada em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, registrada no FENAJ matrícula nº 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa/PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portadora da C.I.R.G. 6.060.897-0/SSP-PR e CPF nº 037.968.639-22 e MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA, brasileiro, natural de Campo Mourão/PR, nascido em 17/05/1977, casado em regime de comunhão parcial de bens, Jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa/PR na Rua Coronel Dulcídio, nº368, Apto 63, CEP 84010-280, portador da C.I.R.G. 5.334.089-0/SSP-PR e CPF 035.288.239-50, únicos sócios componentes da empresa que gira sob o nome empresarial CASA DA COMUNICAÇÃO SS, com sede em Ponta Grossa/PR na Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710, registrada no cartório Privativo de Registro de Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa/PR

JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA  
Escrevente

Ponta Grossa 01 AGO. 2018 PR

# CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA



**AUTENTICAÇÃO**  
Autentico a presente cópia  
extraída nestas notas conforme  
o original apresentado. Dou fé.

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30  
QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

**CLÁUSULA PRIMEIRA: NOME EMPRESARIAL. CASA DA COMUNICAÇÃO SS.**



**CLÁUSULA SEGUNDA: ENDEREÇO. Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710 em Ponta Grossa - PR.**

**CLÁUSULA TERCEIRA: OBJETO SOCIAL. AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.**

**CLÁUSULA QUARTA: O prazo de duração da Sociedade é indeterminado iniciando suas atividades em 20/09/2001.**

**CLÁUSULA QUINTA: CAPITAL SOCIAL**

O capital social no valor de R\$ 90.000,00 (noventa mil reais), divididos em 90.000 (noventa mil quotas), no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente realizado e integralizado nesse ato em moeda corrente do País. Fica assim distribuído.

SÓCIOS	QUOTAS	CAPITAL SOCIAL	%
Cássia Cibele Consul Teixeira	45.000	R\$ 45.000,00	50%
Manoel Henrique Foltran Teixeira	45.000	R\$ 45.000,00	50%
TOTAL	90.000	R\$ 90.000,00	100%

A responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital de cada um.

**CLÁUSULA SEXTA: As quotas da Sociedade são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento dos outros sócios, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.**

**PARÁGRAFO PRIMEIRO -** O sócio cedente responderá solidariamente juntamente com os sócioscessionários adquirentes perante a Sociedade e terceiros, pelas obrigações que tinha como sócio, durante dois anos.

**CLÁUSULA SÉTIMA: A Sociedade será administrada pela sócia CÁSSIA CIBELE CONSUL**

Printa Grossa 01 AGO. 2018

PR **CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA**

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

**QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

**AUTENTICAÇÃO**  
Autentico a presente cópia  
extraída nestas notas conforme  
o original apresentado. Dou fé.



**Municípios e a administração de todos os negócios sociais perante terceiros, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhes, entretanto, expressamente vedado o uso da Sociedade em avais e fianças em transações estranhas aos objetivos sociais.**

**PARÁGRAFO ÚNICO - É vedado a designação de administradores não sócios.**

**CLÁUSULA OITAVA: As deliberações relativas à aprovação das contas dos administradores, aumento/redução do capital, designação/destituição de administradores, modo de remuneração, pedido de concordata, distribuição de lucros, alteração contratual e fusão, cisão e incorporação e outros assuntos relevantes para a sociedade, serão definidas nas reuniões de sócios.**

**CLAUSULA NONA: Com exceção dos casos previstos no art. 997, para cujas alterações é necessário o consentimento de todos os sócios e para as matérias previstas nos incisos V e VI do art. 1.071, ambos do Código Civil Brasileiro, onde o quorum de deliberações exigido é de ¾ (Três Quarto) do Capital Social, as demais deliberações sociais serão tomadas por maioria absoluta de votos, representando cada quota social um voto.**

**CLÁUSULA DÉCIMA: Se os sócios que representem a maioria absoluta do capital social entender que um ou mais sócios estiver, comprovadamente, pondo em risco a continuidade da Empresa, poderão estes ser excluídos por justa causa da Sociedade.**

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: O exercício social coincidirá com o ano civil. Ao término do exercício, compete ao administrador, mandar efetuar o Balanço Patrimonial e o Balanço de Resultado Econômico, ocasião em que os sócios, deliberarão sobre a destinação do resultado apurado.**

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: O falecimento de qualquer um dos sócios não dissolverá ou extinguirá a Sociedade, que continuará com os remanescentes ou ficarão os herdeiros e sucessores sub-rogados nos direitos e obrigações do "de cuius" e...**



Ponta Grossa 01 AGO 2018 PR

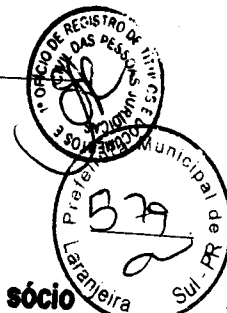
**AUTENTICAÇÃO**  
Autentico a presente cópia  
extraída nestas notas conforme  
o original apresentado. Dou fé.

## CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

### QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA  
Escrevente



**PARÁGRAFO PRIMEIRO:** Para apuração do valor das quotas e demais haveres do sócio falecido, a sociedade deverá se levantar um balanço. Os valores encontrados pela mesma serão pagos em 40 (Quarenta) prestações iguais e mensais, vencendo-se a primeira em 60 (sessenta) dias após o falecimento e as demais em igual dia dos meses subsequentes.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Mediante acordo entre os sócios supérstites, os herdeiros poderão ingressar na Sociedade, caso não haja impeditivo quanto a sua capacitação legal e jurídica para o ingresso e/ou exercício das atividades inerentes ao ramo explorado pela Sociedade.

**PARÁGRAFO TERCEIRO:** Aplica-se a sistemática do parágrafo primeiro para a apuração e pagamento de haveres e direitos do sócio que desejar ser desligado da Sociedade ou excluído conforme o disposto na Cláusula Décima Segunda.

**PARÁGRAFO QUARTO:** Fica facultado o pagamento em menor ou maior número de parcelas, previsto no parágrafo primeiro, desde que não seja abalada a situação econômica e financeira da Sociedade.

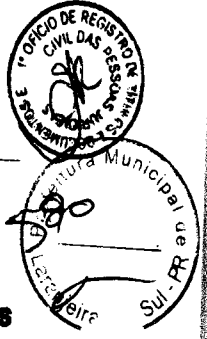
**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** A administradora declara, sob as penas da lei, de que não está impedida de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, de peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** Fica eleito o foro da Comarca de Ponta Grossa, Paraná para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

# CASA DA COMUNICAÇÃO S/C LTDA

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

## QUINTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA:** Os sócios concordam com as Cláusulas e Parágrafos e com as disposições ALTERADAS E CONSOLIDADAS neste instrumento, das quais os sócios declaram ter pleno conhecimento.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, o presente instrumento, em três vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 28 de Janeiro de 2013

CASSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

JOSE VALDECI DA ROSA  
ADVOGADO - OAB/PR 20.282

1º OFÍCIO DE REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS E PESSOAS JURÍDICAS  
Valdir Ribeiro Ruas Junior  
Oficial  
Rua Frei Caneca, 120 - Centro  
Fone: (42) 3224-0307 - Ponta Grossa - Paraná

Protocolado sob nº 236.617 - Emolun: R\$ 142,82  
Registrado sob nº 2.229 - Funjus: R\$ 5,95  
Livro nº A-068 - Folhas 271/281 - DIBIB: R\$ 12,20  
Selo: R\$ 0,67  
ISS: R\$ 2,87  
Ponta Grossa - PR - 05 de Janeiro de 2013

Ariane Cordeiro Rodrigues  
Escritório: [illegible]

1º Registro de Títulos e Documentos e Pessoas Jurídicas  
"Certificamos que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte"

JORDANA CLAUSE  
Escr

# CASA DA COMUNICAÇÃO SS

CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

SEXTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL



**CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA** brasileira, natural de Ponta Grossa/PR, nascida em 24/11/1978, casada em regime de comunhão parcial de bens, jornalista, registrada no FENAJ matrícula nº 3.137, residente e domiciliada em Ponta Grossa- PR na Rua Coronel Dulcídio, nº 368, Apto 63, Centro, CEP 84010-280, portadora da C.I.R.G. 6.060.897-0/SSP-PR e CPF nº 037.968.639-22 e **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, natural de Campo Mourão/PR, nascido em 17/05/1977, casado em regime de comunhão parcial de bens, jornalista, residente e domiciliado em Ponta Grossa- PR na Rua Coronel Dulcídio, nº 368, Apto 63, Centro, CEP 84010-280, portador da C.I.R.G. 5.334.089-0/SSP-PR e CPF 035.288.239-50, únicos sócios componentes da empresa que gira sob o nome empresarial **CASA DA COMUNICAÇÃO SS**, com sede em Ponta Grossa - PR na Rua: Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, CEP 84015-710, registrada no cartório Privativo de Registro de Pessoas Jurídicas de Ponta Grossa/PR sob nº 2.229 do livro A-4 em sessão de 28/09/2001, resolvem de comum acordo ALTERAR o citado instrumento conforme a cláusula a seguir:

## CLÁUSULA PRIMEIRA – NOVA DENOMINAÇÃO SOCIAL

A sociedade passa a girar sob a denominação de CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA.

Permanecem inalteradas as demais cláusulas vigentes que não colidirem com as realizadas pelo presente instrumento.

E por estarem justos e contratados, lavram, datam e assinam, o presente instrumento, em três vias de igual teor e forma.

Ponta Grossa, 12 de Março de 2013.

JORDANA CLAUSEN DE OLIVEIRA

Tabellionato de Notas  
Exclusivo para  
Autenticação de Cópia

FOK87035

1º OFÍCIO DE NOTAS  
Sete de Setembro, 940  
Fone: (42) 3224-1310

CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

Ponta Grossa 12 de AGO. 2013 PR

AUTENTICAÇÃO  
Autêntico a presente cópia  
extraída nestas notas conforme  
o original apresentado. Dou fé.

1º OFÍCIO DE REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS E PESSOAS JURÍDICAS  
Valdir Ribeiro Ruas Junior  
Oficial  
Rua Frei Caneca, 120 - Centro  
Fone: (42) 3224-0307 - Ponta Grossa - Paraná

Protocolado sob nº 237.000 - Emolun: R\$ 42,30

Ana Luci de Paula Quadros  
Advogada - OAB 11053/PR





# CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA ELETRÔNICO

## VALIDAÇÃO CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA ELETRÔNICO



### Consulta de Validação do Certificado de Qualificação Técnica Eletrônico

C.N.P.J. 04.696.947/0001-30  
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA  
O Certificado de Qualificação Técnica Eletrônico é válido!  
Emitido as 13:52:19 do dia 01/08/2018



© 2010 - 2016 MMSIS informática

CENPCertificadoValidacao.aspx





## DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO

Com referência à Concorrência nº 006/2018  
Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul

A Empresa Casa da Comunicação S/S Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 04.696.947/0001-30, Inscrição Estadual Isenta, com sede na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, CEP: 84015-710, Jardim Carvalho, na cidade de Ponta Grossa - PR, neste ato representada por seu representante legal Manoel Henrique Foltran Teixeira, portador da Cédula de Identidade nº 5.334.089-0, inscrito no CPF sob o nº 035.288.239-50, residente na Rua Coronel Dulcídio, nº: 368, CEP: 84010-280, bairro Centro, na cidade de Ponta Grossa - PR, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº15.608/07, DECLARA, que cumpre plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

**04.696.947/0001-30**  
**CASA DA COMUNICAÇÃO**  
S/S LTDA  
R: Desembargador Lauro Lopes, 188  
Jardim Carvalho  
CEP 84015-710 - Ponta Grossa - PR

Ponta Grossa, 1 de agosto de 2018  
Manoel Henrique Foltran Teixeira  
Diretor



**TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO**

**CERTIDÃO NEGATIVA**

**DE**

**LICITANTES INIDÔNEOS**

Nome completo: **CASA DA COMUNICACAO SS LTDA**

CPF/CNPJ: **04.696.947/0001-30**

**O Tribunal de Contas da União CERTIFICA que, na presente data, o (a) requerente acima identificado(a) NÃO CONSTA da relação de responsáveis inidôneos para participar de licitação na administração pública federal, por decisão deste Tribunal, nos termos do art. 46 da Lei nº 8.443/92 (Lei Orgânica do TCU).**

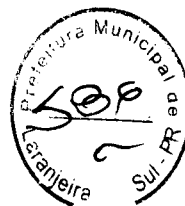
Não constam da relação consultada para emissão desta certidão os responsáveis ainda não notificados do teor dos acórdãos condenatórios, aqueles cujas condenações tenham tido seu prazo de vigência expirado, bem como aqueles cujas apreciações estejam suspensas em razão de interposição de recurso com efeito suspensivo ou de decisão judicial.

Certidão emitida às 15:59:05 do dia 03/08/2018, com validade de trinta dias a contar da emissão.

A veracidade das informações aqui prestadas podem ser confirmadas no sítio <https://contas.tcu.gov.br/ords/f?p=INIDONEO:VERIFICA>

Código de controle da certidão: **AAI3030818155905**

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
MINISTÉRIO DAS CIDADES  
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO  
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

PR

NOME: MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA

DOC. IDENTIDADE / ORG. EMISSOR / UF: 5334089-0 SESP PR

DATA NASCIMENTO: 17/05/1977

OF: 035.288.239-50

FILIAÇÃO: JOANI TEIXEIRA  
DIRCELIA MARIA FOLTRAN  
TEIXEIRA

PERMISSÃO: ACC CAT. HAB. B

VALIDADE: 11/06/2023 1ª HABILITAÇÃO: 04/06/2003

Nº REGISTRO: 02890093274

OBSERVAÇÕES

ASSINATURA DO PORTADOR: DATA EMISSÃO: 11/06/2018

LOCAL: PONTA GROSSA, PR

ASSINATURA DO EMISSOR: 59711008162  
PR914549679

PARANA

PROIBIDO PLASTIFICAR 1624839527

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL 1624839527

Com Original  
Com Original  
Pref. Mun. Laranjeira, Sul

Handwritten signature





## PROCURAÇÃO

**OUTORGANTE:** Casa da Comunicação S/S Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº: 04.696.947/0001-30, Inscrição Estadual Isenta, com sede na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº: 188, CEP: 84015-710, na cidade de Ponta Grossa- PR, neste ato representada por sua sócia gerente, Cassia Cibele Consul Teixeira, jornalista, casada, portadora da cédula de identidade RG nº: 6.060.897-0, e inscrita no CPF sob o nº: 037.968.639-22, residente na Rua Coronel Dulcídio, nº: 368, CEP: 84010-280, bairro Centro, na cidade de Ponta Grossa – PR, nos termos da 6ª Alteração do Contrato Social.

**OUTORGADO:** Manoel Henrique Foltran Teixeira, brasileiro, casado, jornalista, portador da cédula de identidade RG nº: 5.334.089-0, inscrito no CPF sob o nº: 035.288.239-50, residente na Rua Coronel Dulcídio, nº: 368, CEP: 84010-280, bairro Centro, na cidade de Ponta Grossa – PR.

**PODERES:** Amplos e gerais para o fim de representar a outorgante perante a Administração Pública do Município de Laranjeiras do Sul, no que se refere ao Procedimento Licitatório Nº. 006/2018, na Modalidade CONCORRÊNCIA, podendo, para tanto, apresentar impugnações, recursos e pedido de reconsideração; subscrever e assinar todos e quaisquer documentos que se fizerem necessários, inclusive declarações e propostas, participar de sessões públicas, renunciar a prazo e direito de recurso; enfim, praticar todos os demais atos necessários e indispensáveis ao bom e fiel desempenho do presente mandato.

Ponta Grossa, 1 de agosto de 2018.



Cassia Cibele Consul Teixeira  
037.968.639-22



REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
MINISTERIO DAS CIDADES  
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRABALHO  
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITACAO

VALIDO

PAULO DEOCLECIO MEISTER

DOC. IDENTIDADE / ORG. EMISSOR / UF  
7651052-0 SESP PR

CPF DATA NASCIMENTO  
031.556.549-70 31/05/1980

FILIAÇÃO  
LUIZ MEISTER FILHO

HORALINA FIGUEIRO  
MEISTER

PERMISSÃO ACC CAT. HAB  
B

Nº REGISTRO VALIDADE 1ª HABILITACAO  
02449318346 04/05/2022 01/08/2002

OBSERVAÇÕES

Paulo D. Meister  
ASSINATURA DO PORTADOR

LOCAL DATA EMISSAO  
GUARAPUAVA, PR 04/05/2017

ASSINATURA DO EMISSOR 15800687555  
PR912605364

PARANÁ

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL 1440361460

PROIBIDO PLASTIFICAR 1440361460

Confere Com Original

05/08/18

Pref Mun Laranj do Sul

**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**



Pelo presente instrumento particular, as partes a seguir indicadas:

(a) **BRUNO DITTERT**, brasileiro, nascido em Guarapuava – Paraná em 18 de Abril de 1983, casado, sob regime de comunhão parcial de bens, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 8.335.125-0 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 043.607.899-63, residente e domiciliado na Rua Saldanha Marinho, nº. 1137, apto 204, Centro, Guarapuava - PR, CEP: 85.010-290;

(b) **MAICON NEIF CURY CARNEIRO**, brasileiro, nascido em Guarapuava – Paraná em 25 de dezembro de 1984, casado, sob o regime de comunhão parcial de bens, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 8.741.211-3 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 052.564.169-60, residente e domiciliado na Rua Engenheiro Antonio Rebouças, nº. 1298, Santa Cruz, Guarapuava - PR, CEP: 85.015-410;

(c) **PAULO DEOCLÉCIO MEISTER**, brasileiro, nascido em Palmital – Paraná em 31 de maio de 1980, solteiro, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 7.651.052-0 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 031.556.549-70, residente e domiciliado na Rua 05 de Outubro, nº. 1227, Trianon, Guarapuava – PR, CEP: 85.012-050.

Sócios da empresa denominada “**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**”, com sede e foro nesta cidade de Guarapuava-PR, na Rua Vicente Machado, nº 651, Centro, CEP 85.010-260, com CNPJ nº 10.676.298/0001-08 com seu contrato social registrado na JUCEPAR sob nº 41206415234 em 03/03/2009 e sua última alteração contratual e consolidação registrado na JUCEPAR sob o nº 20154916013 em 06/08/2015, resolvem por este instrumento alterar o Contrato Social de acordo com as cláusulas seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA** – Fica alterada a cláusula segunda da quinta alteração do contrato social e consolidação que passa a ter a seguinte redação: A sociedade tem sede e foro no município de Guarapuava, Estado do Paraná, na Rua Vicente Machado, nº 651, Bairro Trianon, CEP 85012-250.

**CLÁUSULA SEGUNDA** – Fica alterada a qualificação do sócio **MAICON NEIF CURY CARNEIRO** para: **MAICON NEIF CURY CARNEIRO**, brasileiro, nascido em Guarapuava – Paraná em 25 de dezembro de 1984, casado, sob o regime de comunhão parcial de bens, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 8.741.211-3 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 052.564.169-60, residente e domiciliado na Rua Engenheiro Antonio Rebouças, nº. 1298, Santa Cruz, Guarapuava - PR, CEP: 85.015-410.

10

**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**



**CLÁUSULA TERCEIRA** - Fica alterada a qualificação do sócio **BRUNO DITTERT** para: **BRUNO DITTERT**, brasileiro, nascido em Guarapuava – Paraná em 18 de Abril de 1983, casado, sob regime de comunhão parcial de bens, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 8.335.125-0 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 043.607.899-63, residente e domiciliado na Rua Frei Caneca, nº 3159, apto 03, Bairro Santa Cruz, Guarapuava - PR, CEP: 85.015-220;

**CLÁUSULA QUARTA** - Fica alterada a qualificação do sócio **PAULO DEOCLÉCIO MEISTER** para: **PAULO DEOCLÉCIO MEISTER**, brasileiro, nascido em Palmital – Paraná em 31 de maio de 1980, solteiro, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 7.651.052-0 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 031.556.549-70, residente e domiciliado na Rua Afonso Botelho, nº 824, Bairro Trianon, Guarapuava – PR, CEP: 85.012-030.

**CLÁUSULA QUINTA**- Permanecem inalteradas as demais cláusulas vigentes que não colidirem com as disposições do presente instrumento.

**CLÁUSULA SEXTA** - *Da consolidação do Contrato: À vista da modificação ora ajustada e em consonância com o que determina o artigo 2.031 da Lei 10.406/2002, os sócios RESOLVEM, por este instrumento, atualizar e consolidar o contrato social e alterações, tornando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo e alterações que, adequado às disposições da referida Lei nº 10.406/2002 aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:*

Pelo presente instrumento particular, as partes a seguir indicadas:

(a) **BRUNO DITTERT**, brasileiro, nascido em Guarapuava – Paraná em 18 de Abril de 1983, casado, sob regime de comunhão parcial de bens, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 8.335.125-0 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 043.607.899-63, residente e domiciliado na Rua Frei Caneca, nº 3159, apto 03, Bairro Santa Cruz, Guarapuava - PR, CEP: 85.015-220;

(b) **MAICON NEIF CURY CARNEIRO**, brasileiro, nascido em Guarapuava – Paraná em 25 de dezembro de 1984, casado, sob o regime de comunhão parcial de bens, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 8.741.211-3 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 052.564.169-60, residente e domiciliado na Rua Antonieta Lima Rocha, nº. 83, Bonsucesso, Guarapuava - PR, CEP: 85.045-100;



**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**

(c) **PAULO DEOCLÉCIO MEISTER**, brasileiro, nascido em Palmital – Paraná em 31 de maio de 1980, solteiro, Publicitário, portador da cédula de identidade/RG nº. 7.651.052-0 SSP-PR, inscrito no CPF/MF sob nº. 031.556.549-70, residente e domiciliado na Rua Afonso Botelho, nº 824, Bairro Trianon, Guarapuava – PR, CEP: 85.012-030.

Sócios da empresa denominada “**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**”, com sede e foro nesta cidade de Guarapuava-PR, na Rua Vicente Machado, nº 651, Bairro Trianon, CEP 85012-250, com CNPJ nº 10.676.298/0001-08 com seu contrato social registrado na JUCEPAR sob nº 41206415234 em 03/03/2009 e sua última alteração contratual e consolidação registrado na JUCEPAR sob o nº 20154916013 em 06/08/2015, resolvem por este instrumento alterar o Contrato Social de acordo com as cláusulas seguintes:

**Capítulo I**

**DENOMINAÇÃO, SEDE E PRAZO DE DURAÇÃO.**

**CLÁUSULA PRIMEIRA** - A sociedade, de prazo de duração indeterminado, denomina-se **HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**, rege-se pelo presente Contrato Social, pelas disposições legais pertinentes às sociedades limitadas e, supletivamente, pela Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1.976 (“Lei das S.As.”), com exclusão de qualquer outra disposição legal comercial ou societária, de cunho não obrigatório, relativa às sociedades limitadas e disposições legais aplicáveis.

**CLÁUSULA SEGUNDA** - A sociedade tem sede e foro no município de Guarapuava, Estado do Paraná, na Rua Vicente Machado nº 651, Bairro Trianon, CEP 85012-250.

**Parágrafo Único** – A sociedade, por resolução dos quotistas, poderá abrir filiais em qualquer parte do Território Nacional ou no exterior, atribuindo-lhes um capital social em separado, no valor de R\$ 1.000,00 (Um mil reais), exclusivamente para fins fiscais.

**Capítulo II**

**OBJETO SOCIAL**

**CLÁUSULA TERCEIRA** - A sociedade tem por objeto:

**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**



**Capítulo III**

**CAPITAL SOCIAL**

**CLÁUSULA QUARTA** - O capital social de R\$ 28.000,00 (vinte e oito mil reais) dividido em 28.000 (vinte e oito mil) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma totalmente integralizados neste ato em moeda corrente do País ficando assim a distribuição entre os sócios:

SÓCIOS	QUOTAS	%	VALOR
BRUNO DITTERT	9.333	33,33	R\$ 9.333,00
PAULO DEOCLÉCIO MEISTER	9.334	33,34	R\$ 9.334,00
MAICON NEIF CURY CARNEIRO	9.333	33,33	R\$ 9.333,00
<b>TOTAL</b>	<b>28.000</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 28.000,00</b>

§ 1º - Nos termos do artigo 1.052 do Código Civil, a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

§ 2º - Os sócios são obrigados ao cumprimento da forma e prazo previsto para a integralização de suas quotas, e aquele que deixar de fazê-lo deverá ser notificado imediatamente e no prazo de 30 (trinta) dias da notificação pela sociedade, responderá perante esta pelo pagamento de mora.

§ 3º - Verificada a mora, poderão, por decisão majoritária, os demais sócios tomarem para si ou transferirem para terceiros a quota do sócio remisso, excluindo o primitivo titular e devolvendo-lhe o que houver pago, deduzidos os juros da mora, as prestações não cumpridas e mais despesas, se houver.

§ 4º - A cessão total ou parcial de quota, sem a correspondente modificação do contrato social com o consentimento dos demais sócios, não terá eficácia quanto a estes e à sociedade.

**CLÁUSULA QUINTA** - As quotas são indivisíveis em relação à sociedade e cada uma delas confere o direito a um voto nas deliberações dos quotistas.

**Capítulo IV**

**ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE**



**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**

procuradores com poderes específicos, devendo os respectivos instrumentos de mandato conter prazo de validade, a exceção daqueles outorgados para fins judiciais.

§1º Os administradores têm os **poderes gerais individuais** para praticar todos os atos pertinentes à gestão da sociedade.

§2º É vedado aos administradores fazerem uso da firma na prestação de garantia, fiança, aval ou qualquer outro título de favor, em negócios estranhos ao objeto social.

§3º Os administradores respondem solidariamente perante a sociedade e aos terceiros prejudicados por culpa no desempenho de suas funções.

§4º Os administradores pactuam entre si, que qualquer ato que venha a comprometer a imagem da empresa, os mesmos retirem-se da sociedade, cedendo e transferindo as suas quotas aos remanescentes, a título de ressarcimento pelo dano que causaram.



**Parágrafo Primeiro** – Nos atos perante repartições públicas federais, estaduais ou municipais, autarquias, empresas públicas, sociedades de economia mista e justiça do Trabalho, a sociedade será representada pelo sócio. **PAULO DEOCLÉCIO MEISTER** ou por um procurador com poderes específicos.

**CLÁUSULA SÉTIMA** - Salvo quando expressamente autorizados pelos sócios quotistas, os atos de quaisquer diretores, procuradores e empregados, que envolveram a sociedade em obrigações que impliquem valores superiores ao equivalente a R\$ 1.000,00 (Um mil reais), ou relativas a negócios ou operações estranhas ao objetivo social, tais como fianças, avais, endossos ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros, são expressamente vedados, sendo nulos e inoperantes perante a sociedade, ficando o infrator única e pessoalmente responsável perante terceiros pela inobservância da vedação contida neste artigo.

## Capítulo V

### CESSÃO E TRANSFERÊNCIA DE QUOTAS

**CLÁUSULA OITAVA** - Nenhum dos sócios poderá ceder ou transferir qualquer de suas quotas a terceiros estranhos à sociedade, sem o prévio consentimento, por escrito, dos outros sócios, aos quais fica assegurado o direito de, em igualdade de condições, haverem-nas para si, proporcionalmente a participação que possuem no capital social, devendo, para tanto, serem notificados pelo cedente.

**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**



**Parágrafo Segundo** – Ficam a critério exclusivo dos sócios, representando a maioria do capital social, as admissões de novos sócios ressalvados as disposições legais e regulamentares.

**Capítulo VI**

**DIREITO DE RETIRADA DO SÓCIO**

**CLÁUSULA NONA** - O sócio que desejar retirar-se da sociedade, nos casos em que a lei o autorize, deverá comunicar tal intenção à sociedade e aos demais sócios por carta registrada, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, indicando preço e condições de pagamento para a cessão de suas quotas, ocasião em que deverá oferecê-las aos sócios remanescentes, os quais, no prazo de 15 (quinze) dias e, na proporção das quotas possuídas, poderão exercer o direito de preferência em igualdade de condições.

**Capítulo VII**

**EXCLUSÃO DE SÓCIO**

**CLÁUSULA DÉCIMA** - O sócio poderá ser excluído da sociedade por justa causa, pela maioria dos sócios, representativa de mais da metade do capital social, em reunião de quotistas especialmente convocada, da qual dar-se-á ciência ao acusado para que, no prazo de 15 (quinze) dias, a partir do recebimento da notificação, em que constarão as razões da exclusão, comparecer e exercer o seu direito de defesa.

**Capítulo VIII**

**REUNIÃO DE QUOTISTAS**

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA** - As deliberações dos quotistas serão tomadas em reunião de quotistas, uma vez ao ano, para aprovar as contas da sociedade, e o balanço, determinar a distribuição de lucros e a remuneração dos Diretores e a qualquer momento, para tratar de assuntos do interesse social.

**Parágrafo Primeiro** – As deliberações serão tomadas por maioria de votos do capital social, ressalvadas as disposições legais que foram aplicáveis.



**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**



**Capítulo IX**

**EXERCÍCIO SOCIAL, DEMONSTRAÇÕES DE RESULTADO E LUCRO.**

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA** - O exercício social terá início em 1º de janeiro e terminará em 31 de dezembro. Anualmente, dentro dos 04 (quatro) meses seguintes ao término do exercício social, será levantado o Balanço Patrimonial, o Inventário e o Demonstrativo de Resultado Econômico na forma da legislação em vigor, cabendo aos sócios quotistas deliberar acerca da destinação do lucro, se houver.

**Parágrafo Único** – Obedecidas às disposições legais, a sociedade poderá levantar balanços intermediários para efeito de distribuição de lucros.

**Capítulo X**

**DISSOLUÇÃO DA SOCIEDADE**

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA** - Em caso de dissolução ou liquidação da sociedade, será nomeado como liquidante o sócio determinado em reunião. Nessa hipótese os haveres da sociedade serão empregados na liquidação das obrigações e o remanescente, se houver, rateado entre os quotistas em proporção ao número de quotas que cada um possuir.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA** - A retirada, extinção, exclusão, falência ou concordata de qualquer dos sócios não dissolverá a sociedade que prosseguirá com os remanescentes, a menos que estes, desde que representem a maioria do capital social, resolvam liquidá-la. Os haveres do sócio retirante, extinto, excluído, falido ou concordatário serão calculados com base no último balanço geral levantado pela sociedade, e serão pagos a seus herdeiros ou sucessores, no prazo de seis meses contados do evento, em uma única parcela.

**Capítulo XI**

**APLICAÇÃO SUBSIDIÁRIA DA LEI DAS SOCIEDADES ANÔNIMAS**

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA** - Nas omissões do presente Contrato Social, a sociedade reger-se-á pelas normas das Sociedades Anônimas.

**HEY PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ: 10.676.298/0001-08**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO**



que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra a sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002).

**Capítulo XII**

**FORO**

**CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA-** As partes, de comum acordo, elegem o Foro da Comarca de Guarapuava - PR, renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja para dirimir qualquer dúvida que possa emergir deste documento.

E assim, justas e acertadas, as partes firmam o presente instrumento em 03 (três) vias de igual teor e forma, para que produza seus efeitos legais.

Guarapuava - PR, 20 de Agosto de 2015.

Bruno Dittert

Paulo Deoclécio Meister

Maicon Neif Cury Carneiro

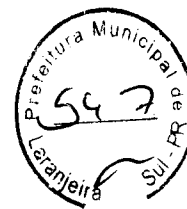


JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ  
AGÊNCIA REGIONAL DE GUARAPUAVA  
CERTIFICO O REGISTRO EM: 25/08/2015  
SOB NÚMERO: 20155341979  
Protocolo: 15/534197-9, DE 24/08/2015

Empresa: 41 2 0641523 4  
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP

LIBERTAD BOGUS  
SECRETARIA GERAL

Antoniczei Pacheco  
574.677.9 PR



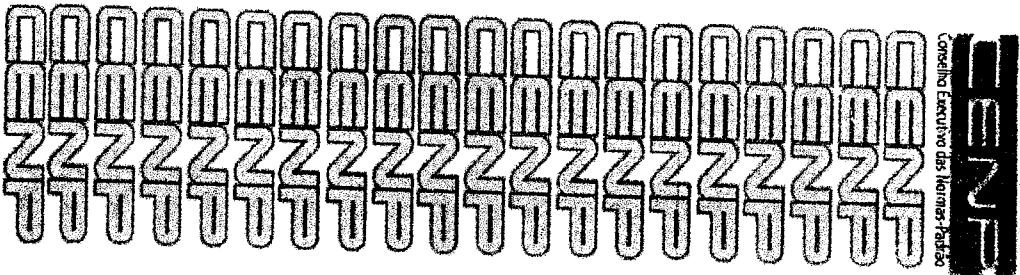
## DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO

Com referência à Concorrência nº 006/2018-PMLS.

A Empresa Hey Propaganda Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 10.676.298/0001-08, inscrição isenta, com sede Rua Vicente Machado, 651, CEP 85.010-260, na cidade de Guarapuava/PR, neste ato representada por seu sócio gerente, Paulo Deoclecio Meister, portador da cédula de identidade RG nº 7.651.052-0, inscrito no CPF sob o nº 031.556.549-70, residente na Rua Capitão Frederico Virmond, nº 1162, Alto da XV, Cep 85065-580, Cidade de Guarapuava, no Estado do Paraná, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº15.608/07, DECLARA, que cumpri plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Guarapuava, 09 de agosto de 2018

Paulo Deoclecio Meister  
Hey Propaganda Ltda



# CERTIFICADO

O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

**HEY PROPAGANDA LTDA**

10.676.298/0001-08

Grupo Técnico 5

este Certificado de Qualificação Técnica, por cumprimento das metas de qualidade e compromisso com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, estabelecidas em dezesseis de dezembro de mil novecentos e noventa e oito.

São Paulo, 25 de Agosto de 2015

**Caio Barsotti**

Presidente

O prazo de vigência do Certificado de Qualidade Técnica está condicionado à manutenção dos compromissos técnicos de certificação da Agência, o que deve ser confirmado em [www.cenp.com.br](http://www.cenp.com.br). Este documento tem valor por 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.

Entidades Fundadoras:



Entidades Associadas:



Emitido no dia 20/06/2018 às 07:51:24 - Códigos de Controle do Certificado: H106762980010

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

**GOIS - 2ª TABELIONATO DE NOTAS**  
 R. Mal. Floriano Peixoto, 1573 - (42) 323-3700  
**AUTENTICAÇÃO**  
 A presente fotocópia é a reprodução fiel do documento apresentado, desde que o mesmo não tenha sido alterado.  
 20 JUN. 2018  
 TEREZINHA HELENA DE GOIS, Tabelionária  
 EZEQUIEL BARBOSA, Tabelião  
 SOUZA PRATES DE ANDRADE, Tabelião  
 COMISSÃO GRAFOTÉCNICA DE GOIÁS - SUF. ARRABENTADA

**M&K HOUSE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**

**CONTRATO SOCIAL**



**MARCIO ADRIANO PAULIKI**, brasileiro, solteiro, maior, comerciante, residente e domiciliado em Ponta Grossa-Pr, a sua Rua Conrado Schiffer, nº 70, bloco 02 aptº 603, Jardim América, portador da Cédula de Identidade nº 4.746.710-1-SSP/PR e CPF nº 855.719.209-63, E **KELLY HELENA PRESTES BRAZ**, brasileira, casada, comerciante, residente e domiciliado em Ponta Grossa-Pr, a Rua Vicente Spósito, bloco 09, aptº 302, Conjunto Residencial Lagoa Dourada, Bairro de Uvaranas, portadora da Cédula de Identidade nº 5.788.903-9-SSP/PR e CPF nº 741.782.619-91, resolvem por este instrumento particular de contrato, constituir uma sociedade mercantil por quotas de responsabilidade limitada, que se regerá pelas cláusulas seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA** - A sociedade girará sob o nome empresarial de M&K HOUSE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, tendo sua sede e fôro em Ponta Grossa-Pr, a Rua Victor de Meireles, 288 - Bairro da Ronda.

**CLÁUSULA SEGUNDA** - A sociedade tem por objetivo mercantil a AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE.

**CLÁUSULA TERCEIRA** - O prazo de duração da sociedade é indeterminado, iniciando suas atividades a partir de 01 de setembro de 2000.

**CLÁUSULA QUARTA** - O capital social, inteiramente subscrito e integralizado em moeda corrente do país neste ato, na importância de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), dividido em 5.000 (cinco mil) quotas de R\$ 1,00 (um real) cada uma, fica assim distribuídas:

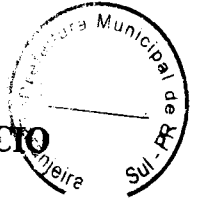
MARCIO ADRIANO PAULIKI	-	4.500 Quotas	-	R\$ 4.500,00	-	90%
KELLY HELENA PRESTES BRAZ	-	500 Quotas	-	R\$ 500,00	-	10%
TOTAL	-	5.000 Quotas	-	R\$ 5.000,00	-	100%

**CLÁUSULA QUINTA** - A responsabilidade dos sócios é limitada a importância total do capital social, nos termos do artigo 2º, da lei nº 3.709 de 10 de janeiro de 1919.

**CLÁUSULA SEXTA** - As quotas são indivisíveis e não podem ser concedidas ou transferidas sem expresse consentimento de um dos sócios.

**CLÁUSULA SÉTIMA** - A sociedade será administrada pelo sócio gerente, a quem compete, privativa e individualmente o uso da firma e a representação ativa e passiva, judicial e extra judicial da sociedade, sendo-lhes entretanto vedado, em seu emprego sob qualquer pretexto ou modalidade, em operações ou negócios estranhos ao objeto social, especialmente a prestação de avais, endossos, fianças ou quotas de favor.

**M&K HOUSE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**



**CLÁUSULA OITAVA** - Fica investido na função de sócio-gerente, Sr. **MARCIO ADRIANO PAULIKI**, dispensado da prestação de caução.

**CLÁUSULA NONA** - Pelos serviços que prestarem a sociedade, perceberam os sócios, a título de remuneração "pro-labore", a quantia mensal fixada em comum, até os limites de dedução fiscal prevista na legislação do imposto de renda, a qual será levada a conta de despesas gerais.

**CLÁUSULA DÉCIMA** - O ano social coincidirá com o ano civil, devendo a 31 de dezembro de cada ano, ser precedido o balanço geral da sociedade, obedecida as prescrições legais e técnicas pertinentes a matéria. os resultados serão atribuídos aos sócios proporcionalmente às suas quotas de capital, podendo os lucros à critério dos sócios, serem distribuídos ou ficarem em reserva na sociedade.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA** - A sociedade poderá, em qualquer tempo, transformar-se em uma outra forma jurídica, podendo faze-la por instrumento público ou particular assinado por ambos os sócios.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA** - os sócios declaram não estarem incurso em nenhum dos crimes previstos em lei, que impeçam de exercer atividade mercantil.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - MICROEMPRESA** - Declaram para efeitos de enquadramento como microempresa que o valor da receita bruta anual da empresa não excederá, no ano da constituição, o limite fixado no inciso i do artigo 2º da lei federal nº 9841 de 05/10/1999, e que a empresa não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no art. 3º daquela lei.

E, por assim terem justo e contratado, lavram, datam e assinam, juntamente com duas testemunhas.

Ponta Grossa, 20 de julho de 2000.

**MARCIO ADRIANO PAULIKI**

**KELLY HELENA PRESTES BRAZ**

BELEZONA  
RUA XV  
PONTA GROSSA  
TABELA DE PREÇOS  
NOTARIAS  
EPTV 14339

**TESTEMUNHAS**

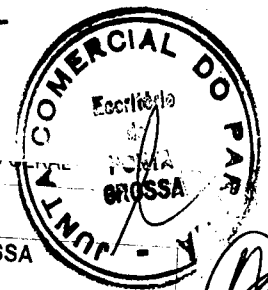
**ODAIR TAVARES**  
RG: 1.917.876-PR

**Luciani K. Ribas**



ESCRITÓRIO REGIONAL DE PONTA GROSSA  
CERTIFICO O REGISTRO EM: 09/08/2000  
SOB O NÚMERO:  
41 2 0439317 9

Protocolo: 00/169761-7



**TUFIRAME**  
SECRETÁRIO GERAL







**OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA EPP**  
**DECIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATO SOCIAL**  
**CNPJ 03.979.287/0001-31 - NIRE 41204393179**



**PUBLICIDADE LTDA EPP**, com sede e foro em Ponta Grossa – PR, à Rua Coronel Bittencourt, 525 – Centro – CEP 84010-290, inscrita no CNPJ sob nº 03.979.287/0001-31, arquivada na Junta Comercial do Paraná sob nº 41204393179 em 09/08/2000, resolvem de comum acordo consolidar o citado instrumento, conforme as cláusulas seguintes:



**Clausula Primeira:** A sociedade gira sob o nome empresarial de **OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA EPP**;

**Clausula Segunda:** A sociedade tem sua sede em Ponta Grossa – Paraná, à Rua Coronel Bittencourt, 525 – Centro – CEP 84.010-290;

**Clausula Terceira:** O objeto social da sociedade é o de agência de propaganda e publicidade;

**Clausula Quarta:** O capital social é de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), dividido em 250.000 cotas à R\$ 1,00 (hum real) cada uma integralizadas em moeda corrente do país, assim subscritas:

SÓCIA	COTAS	CAPITAL INTEGRALIZADO
Fabia Valerio Pauliki	160.000	R\$ 160.000,00
Marinez Baldissera Valerio	90.000	R\$ 90.000,00
<b>Total</b>	<b>250.000</b>	<b>R\$ 250.000,00</b>

**Clausula Quinta:** a sociedade iniciou suas atividades em 01 de setembro de 2000 e seu prazo de duração é indeterminado;

**Clausula Sexta:** As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, com igualdade de condições e preço, direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

**Clausula Sétima:** A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social;

**Clausula Oitava:** A administração da sociedade caberá à sócia **FABIA VALERIO PAULIKI** cabendo a ela individualmente, no exercício de suas funções e atribuições, o uso do nome empresarial e a representação ativa e passiva, extrajudicial e judicial da sociedade empresarial e é vedado o emprego de seus poderes em operações e negócios estranhos aos interesses empresariais da sociedade, especialmente a prestação de avais, endossos, fianças ou outros serviços de favor.

**BELIONA**  
A NAVARRA  
357  
C.A. 010  
do

**OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA EPP**  
**DECIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATO SOCIAL**  
**CNPJ 03.979.287/0001-31 - NIRE 41204393179**



Parágrafo Único: poderão ser apurados mensalmente balancetes, obedecendo as prescrições legais e técnicas pertinentes à matéria e sendo o resultado positivo, ser atribuído proporcionalmente aos sócios com quotas integralizadas, mantidas em reserva na sociedade ou conforme liberação comum dos sócios;



**Clausula Décima:** Nos quatro meses seguintes ao termino do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador (ES), quando for o caso;

**Clausula Décima Primeira:** os sócios poderão de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de pró-labore, observadas as disposições regulamentares pertinentes;

**Clausula Décima Segunda:** Falecendo ou interditado cada sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado;

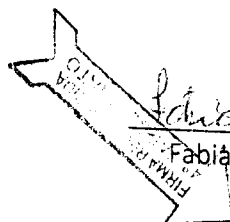
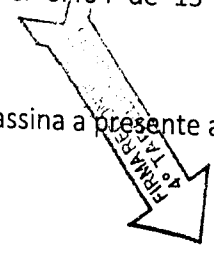
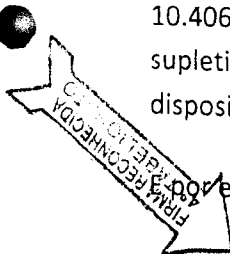
**Clausula Décima Terceira:** A administradora declara, sob as penas da lei, que não está impedida de exercer a administração da sociedade, por lei especial ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002).

**Clausula Décima Quarta:** fica eleito o foro de Ponta Grossa – Paraná, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato;

**Clausula Décima Quinta:** A sociedade será regida por este contrato social, pelos artigos da Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002, aplicáveis às sociedades limitadas, bem como, de forma supletiva e no que for aplicável, pela Lei 6.404 de 15 de dezembro de 1976 e demais dispositivos legais pertinentes à matéria.

por estarem assim justos e contratados assina a presente alteração em quatro vias.

Ponta Grossa, 28 de Janeiro de 2015.



*Fabiá Valerio Pauliki*  
Fabiá Valerio Pauliki

**BELIONATO**  
357 - Ponta Grossa - PR  
C.A.C.A.O.  
do original. pou. pr.

*Marinez Baldissera Valerio*  
Marinez Baldissera Valerio





**OLÉ - PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP**  
**CNPJ Nº 03.979.287/0001-31**  
**NIRE 41204393179**  
**DÉCIMA QUARTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

Pag. 1 de 3

**FABIA VALERIO PAULIKI**, brasileira, natural de Medianeira-Paraná, casada sob o regime de separação total de Bens, empresária, residente e domiciliada em Ponta Grossa-Paraná, à Rua Odino Moro, 150 – Condomínio Residencial Spazio Verde – casa 23 – Bairro Estrela - CEP 84050-465, portadora da Carteira de Identidade Civil- RG nº 6 224 385-6, expedida pela SSEP PR (Instituto de Identificação do Paraná), e CPF/MF sob nº025.607.969-29, e **MARINEZ BALDISSERA VALERIO**, brasileira, natural de Santa Tereza - Rio Grande do Sul, viúva, empresária, residente e domiciliada em Ponta Grossa-Paraná, à Rua do Rosário, 1220, Apartamento 11— Centro- CEP 84010-150, portadora da Carteira de Identidade Civil- RG nº 1.127.285-1, expedida pela SSEP PR (Instituto de Identificação do Paraná), e CPF/MF sob nº026.349.279-67, únicos sócios da sociedade Empresária Limitada, que gira sob o nome empresarial de **OLÉ - PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA- EPP**, com sede e foro em Ponta Grossa-Paraná, à Rua Coronel Bittencourt, nº 525-Centro-CEP 84010-290, inscrita no CNPJ sob nº 03.979.287/0001-31, arquivada na Junta Comercial do Estado do Paraná sob nº 41204393179 em 09/08/2000, resolvem de comum acordo alterar o citado instrumento conforme cláusulas e condições seguintes:

**Cláusula Primeira** - Retira-se da sociedade, neste ato, a sócia **MARINEZ BALDISSERA VALÉRIO**, já qualificada anteriormente, cedendo e transferindo por venda a totalidade de sua participação societária, representada por 90.000 (Noventa Mil) quotas no valor de R\$ 90.000,00 (Noventa Mil Reais), à sócia remanescente **FABIA VALÉRIO PAULIKI**, já qualificado anteriormente, cuja importância e condições de pagamento da respectiva cessão foram pactuadas através de Instrumento Particular entre as partes.

**Parágrafo Primeiro:** A sócia que se retira da sociedade declara ter recebido todos os seus direitos e haveres perante a sociedade, nada mais tendo a reclamar, seja a que título for, nem do cessionário nem da sociedade, dando-lhes plena, geral, rasa e irrevogável quitação.

**Parágrafo Segundo:** Por força da cessão e transferência das quotas sociais, fica reservado à sócia remanescente a totalidade do capital no valor de R\$ 250.000,00 (Duzentos e Cinquenta Mil Reais), dividido em 250.000 (Duzentos e Cinquenta Mil) quotas no valor unitário de R\$ 1,00 (Hum Real).

*Marinez Baldissera Valerio*



**OLÉ - PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP**  
**CNPJ Nº 03.979.287/0001-31**  
**NIRE 41204393179**  
**DÉCIMA QUARTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

Pag. 2 de 3

**Cláusula Segunda** -- A sócia remanescente FÁBIA VALÉRIO PAULIKI, já qualificada anteriormente, excepcionalmente, permanecerá como sócia única da sociedade pelo prazo máximo de cento e oitenta (180) dias, contados da data da assinatura deste instrumento, sendo que neste período admitirá um ou mais sócios para a recomposição do quadro societário ou transforma-la em Empresa Individual em conformidade com o artigo 1.033, inciso IV e Parágrafo único da Lei n.º 10.406, de 10 de janeiro de 2002, e exercerá individualmente a plena e absoluta representação legal da sociedade, em todos os atos empresariais, judicial e extrajudicialmente, conforme disposto neste instrumento contratual.

**Cláusula Terceira** - A sócia remanescente declara que conhece a situação Econômica e Financeira da Sociedade, assumindo neste ato, o Ativo e Passivo da sociedade, respondendo civil e criminalmente por todos os atos praticados.

**Cláusula Quarta** - O capital social permanece inalterado no valor de R\$ 250.000,00 (Duzentos e Cinquenta Mil Reais), divididos em 250.000 (Duzentos e Cinquenta Mil) quotas no valor unitário de R\$ 1,00 (Hum Real), subscrito e integralmente integralizado, em moeda corrente do país, que por força da cessão e transferência das quotas sociais, fica distribuído da seguinte forma:

FABIA VALÉRIO PAULIKI	250.000 Quotas	R\$ 250.000,00
<b>Total do Capital</b>	<b>250.000 Quotas</b>	<b>R\$ 250.000,00</b>

**Cláusula Quinta** - A administração da sociedade permanece com a sócia remanescente FABIA VALÉRIO PAULIKI, já qualificada anteriormente, isoladamente, na qualidade de sócia administradora, com os poderes e atribuições de realizar todas as operações para a consecução de seu objeto social, representando a sociedade ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente, bem como praticar todo e qualquer ato de gestão no interesse da sociedade.

**Cláusula Sexta** - O sócio administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

*(Handwritten mark)*

*Maringá Fabiana Valério*

*Maringá*

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten signature)*



**OLÉ - PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP**  
**CNPJ Nº 03.979.287/0001-31**  
**NIRE 41204393179**  
**DÉCIMA QUARTA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

**Pag. 03/03**

**Cláusula Sétima** – Fica alterado o endereço da sede e foro da sociedade empresária, para a Rua Pedro Américo, nº 374 - Sala 01 – Oficinas - CEP 84035-450 - Ponta Grossa – Paraná.

**Cláusula Oitava** - Ficam ratificadas as demais cláusulas e condições do contrato social não modificadas pelo presente instrumento de alteração contratual.

E por se acharem em perfeito acordo, em tudo quanto neste instrumento foi lavrado, obrigam-se a cumprir o presente instrumento contratual, assinando-o em 01(uma) via na presença de duas (02) testemunhas.

Ponta Grossa, 02 de abril de 2018



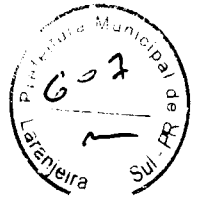
*Fábia Valério Pauliki*  
-----  
FABIA VALÉRIO PAULIKI

*Marinez Baldissera Valerio*  
-----  
MARINEZ BALDISSERA VALERIO

Testemunhas:

*Jose Luiz de Souza*  
-----  
Jose Luiz de Souza  
CPF Nº 251.938.059-49  
RG Nº 1020.878-6 SSSEP PR

*Sirlene Antunes Rodrigues*  
-----  
Sirlene Antunes Rodrigues  
CPF Nº 722.803.959-91  
RG nº 4.565.871-6 SSEP PR



4º TABELIONATO DE NOTAS  
Bel. GUATAPARA NAVARRO MESSIAS

RECONHEÇO e dou fé a(s) firma(s) de:  
0211379-MARINEZ BALDISSERA VALERIO.....  
pelis firma VERDADEIRA.

Em testemunho da verdade.  
PONTA GROSSA, 02 de maio de 2018

IVERA APARECIDA SOARES HILBERT-Escr.

SELO DIGITAL N. Cmsy4.XVHP.mXVat  
CONTROLE: a9nZa.r0s9Z  
Validar selo em <http://funarpen.com.br>

## DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO



Com referência à Concorrência nº 006/2018-PMLS.

A empresa **OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº **03.979.287/0001-31**, inscrição estadual **ISENTA**, com sede na **RUA PEDRO AMÉRICO, 374 - OLARIAS, CEP 84035-450**, na cidade de **PONTA GROSSA-PR**, neste ato representada por seu **GERENTE DE LICITAÇÕES EVANDRO LUIZ BARATER**, portador da cédula de identidade RG nº **8.009.973-8**, inscrito no CPF sob o nº **007.784.679-61**, residente na **RUA DO ROSÁRIO, 1220 AP. 13, CEP 84010-290**, na cidade de **PONTA GROSSA**, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº15.608/07, **DECLARA**, que cumpri plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Ponta Grossa, dia 09 de agosto de 2018

Evandro Luiz Barater – Representante Legal  
CPF: 007.784.679-61/ RG: 8.009.973-8

OLÉ PROPAGANDA & PUBLICIDADE LTDA  
03.979.287/0001-31  
Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas  
Ponta Grossa - PR





Prefeitura Municipal de  
610  
✓

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA  
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

RG: 8.009.973-8

POLEGAR DIREITO

*Evandro Luiz Barater*  
ASSINATURA DO TITULAR

4º TAB  
BEL. GUATACÁ  
XV de Novembro  
AUT

CARTEIRA DE IDENTIDADE

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL: 8.009.973-8 DATA DE EXPEDIÇÃO: 02/02/2011

NOME: EVANDRO LUIZ BARATER

FILIAÇÃO: OSMAR ANTONIO BARATER  
IDEZIA MEURER BARATER

NATURALIDADE: MEDIANEIRA/PR DATA DE NASCIMENTO: 24/06/1963

DOC. ORIGEM: COMARCA=MEDIANEIRA/PR, DA SEDE  
C.NASC=10022, LIVRO=19A, FOLHA=116

ASSINATURA DO DIRETOR  
LEI Nº 7.116 DE 29/08/83

É PROIBIDO PLASTIFICAR

LIÇÃO  
ROMESSIAS  
Ponta Grossa - PR  
007.784.973-81  
Dou fe.  
do org. PR

SELO  
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA  
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ  
NOTAS  
EQI 17863

Apresente  
Pon a  
Org: 12

*(Handwritten signature)*



## PROCURAÇÃO

**OUTORGANTE: OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA**, com sede à Rua Pedro Américo, 374, Oficinas, Cidade de Ponta Grossa, Estado do Paraná, CNPJ: 03.979.287/0001-31, neste ato representada por seu representante legal Sra. **FÁBIA VALÉRIO PAULIKI**, Brasileira, Empresária, CPF: 025.607.969-29, RG: 6.224.385-6, nomeia e constitui

**OUTORGADO: EVANDRO LUIZ BARATER**, Brasileiro, empresário, inscrito no CPF Nº 007.784.679-61, RG 8.009.973-8, atua na Rua Pedro Américo, 374, Olarias, CEP: 84.035-450, cidade de Ponta Grossa, Estado do Paraná onde recebe todas as intimações que se fizeram necessárias.

**Poderes:** confere amplos, gerais e ilimitados poderes para o foro em geral, com a cláusula "et extra", a fim de que, em conjunto ou separadamente, possa realizar todos os atos que se fizerem necessários ao bom e fiel cumprimento deste mandato, formar os documentos necessários, efetuar levantamentos, requerer laudos, avaliações e perícias, bem como arguir suspeição, falsidade e exceção, transigir, renunciar, desistir, impugnar, assinar declarações e propostas de preços, e termo de renúncia, perante a **Instituições Governamentais** dando tudo por bom, firme e valioso.

**Poderes Especiais:** Representar a outorgante em licitações de todas as modalidades e em todo o território nacional, perante à Instituições e órgãos Públicos, na esfera Federal, Estadual e Municipal e em autarquias, fundações, empresas de economia mista e empresas públicas – assinar declarações, documentos, propostas de preços e propostas técnicas, oferecer lances verbais, impetrar recursos administrativo em face de ato ilícito, renunciar recurso administrativo junto ao Pregoeiro e à Comissões de Licitações, assinar documentos e atas, bem como praticar todos os atos pertencentes aos certame licitatórios.

Ponta Grossa, 01 de agosto de 2018



*Fábia Valério Pauliki*

Fábia Valério Pauliki




**DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.  
TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA  
INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI  
CNPJ Nº 24.811.536/0001-55**

EIRELI, com sede na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Rubens Lopes, nº 435, Sala 01 DCE, Bairro Universitário, CEP nº 85819-170, podendo a qualquer tempo, a critério de sua titular, abrir ou fechar filiais, em qualquer parte do território nacional.

**CLÁUSULA SEXTA:** O objeto da empresa é: prestação de serviços de agência de publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão de execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; e prestação de serviços de atividades de marketing integrado.



**CLÁUSULA SÉTIMA:** O prazo de duração desta EIRELI é por tempo indeterminado, iniciando suas atividades em 17/05/2016. É garantida a continuidade da pessoa jurídica diante do impedimento por força maior ou impedimento temporário ou permanente da titular, podendo a empresa ser alterada para atender uma nova situação.

**CLÁUSULA OITAVA:** A administração desta EIRELI será exercida por sua titular Ana Caroline Kuhn Schimanko, a quem caberá, dentre outras atribuições, a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicial desta EIRELI, sendo a responsabilidade do titular limitada ao capital integralizado, e será regida pelo regime jurídico da empresa limitada e supletivamente pelas leis das Sociedades Anônimas.

 **CLÁUSULA NONA:** O término de cada exercício social será encerrado em 31 de Dezembro do ano civil, com a apresentação do balanço patrimonial e resultado econômico do ano fiscal.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** A titular Ana Caroline Kuhn Schimanko, declara sob as penas da Lei, que não está impedida, por lei especial, e nem condenada ou que se encontra sob os efeitos de condenação, que a proíba de exercer a administração desta EIRELI, bem como não está impedido, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra e economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade. (Art. 1.011, § 1º. CC/2002).

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** Declara a titular Ana Caroline Kuhn Schimanko, para os devidos fins e efeitos de direito, que a mesma não participa de nenhuma outra pessoa jurídica dessa modalidade.



**DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.  
TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA  
INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI  
CNPJ N° 24.811.536/0001-55**

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA:** Falecendo a empresária, a empresa continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da empresa, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** A empresa declara que se enquadra na condição de Microempresa (ME), conforme os termos da Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** Fica eleito o foro da Cidade de Cascavel, Estado do Paraná, para resolver quaisquer litígios oriundos do presente ato.

**CLÁUSULA DECIMA QUINTA:** A titular resolve consolidar o contrato, com a seguinte redação:

**DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI  
CNPJ: 24.811.536/0001-55**

Ana Caroline Kuhn Schimanko, sexo feminino, brasileira, natural de Cascavel-PR, nascida em 06/11/1990, solteira, empresária, portadora da carteira de identidade civil, RG nº 10.575.156-7-SSP-PR expedida em 09/11/2005, e do CPF nº 056.876.909-05, residente e domiciliada em Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Universitária, nº 474, Bairro Universitário, CEP nº 85819-110.

Titular da empresa individual de responsabilidade limitada, que gira sob a denominação social de "DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI", com sede e foro na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Rubens Lopes, nº 435, Sala 01 DCE, Bairro Universitário, CEP nº 85819-170, inscrita no CNPJ sob nº 24.811.536/0001-55, promove a Consolidação Contratual, conforme as clausulas a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** O tipo jurídico da empresa é: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA – EIRELI, com sub-rogação de todos os direitos e obrigações pertinentes e girará sob a razão social de: DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI, com sede na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Rubens Lopes, nº 435, Sala 01 DCE, Bairro Universitário, CEP nº 85819-170, inscrita



**DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.**  
**TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA**  
**INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI**  
**CNPJ N° 24.811.536/0001-55**

no CNPJ sob n° 24.811.536/0001-55. Podendo, a qualquer tempo, a critério de seu titular, abrir ou fechar filiais em qualquer parte do território nacional.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O capital social da empresa é de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), totalmente integralizado em moeda corrente nacional do País, nesta data.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O objeto da empresa é prestação de serviços de agência de publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão de execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; e prestação de serviços de atividades de marketing integrado.

**CLÁUSULA QUARTA:** O prazo de duração desta EIRELI é por tempo indeterminado, iniciando suas atividades em 17/05/2016. É garantida a continuidade da pessoa jurídica diante do impedimento por força maior ou impedimento temporário ou permanente da titular, podendo a empresa ser alterada para atender uma nova situação.

**CLÁUSULA QUINTA:** A administração desta EIRELI será exercida por sua titular Ana Caroline Kuhn Schimanko, a quem caberá, dentre outras atribuições, a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicial desta EIRELI, sendo a responsabilidade da titular limitada ao capital integralizado, e será regida pelo regime jurídico da empresa limitada e supletivamente pelas leis das Sociedades Anônimas.

**CLÁUSULA SEXTA:** O término de cada exercício social será encerrado em 31 de Dezembro do ano civil, com a apresentação do balanço patrimonial e resultado econômico do ano fiscal.

**CLÁUSULA SÉTIMA:** A titular Ana Caroline Kuhn Schimanko declara sob as penas da Lei, que não está impedida, por lei especial, e nem condenada ou que se encontra sob os efeitos de condenação, que a proíba de exercer a administração desta EIRELI, bem como não está impedida, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra e economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade. (Art. 1.011, § 1º. CC/2002).

**DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.  
TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA  
INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI  
CNPJ N° 24.811.536/0001-55**



**CLÁUSULA OITAVA:** Declara a titular Ana Caroline Kuhn Schimanko, para os devidos fins e efeitos de direito, que a mesma não participa de nenhuma outra pessoa jurídica dessa modalidade.

**CLÁUSULA NONA:** Falecendo a empresária, a empresa continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da empresa, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** A empresa declara que se enquadra na condição de Microempresa (ME), conforme os termos da Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** Fica eleito o foro da Cidade de Cascavel, Estado do Paraná, para resolver quaisquer litígios oriundos do presente ato.

O titular assina o presente instrumento, em 01 (uma) via.

Cascavel, 22 de junho de 2.018.



  
Ana Caroline Kuhn Schimanko

2º TABELIONATO DE NOTAS

Selo nº 0VtpP, jhwEA, feSDH - nzt7u . ZiFTQ

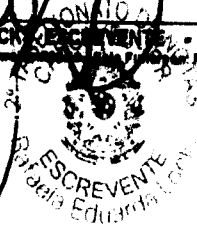
Consulta esse selo em <http://www.furpen.com.br>

Reconheço e dou fé por VERDADEIRO a(s) firma(s) Assinada(s)  
SRA CAROLINE KUHNS SCHIMMELHO...

Dou fé. Cescas - Paraná, 27 de Junho de 2018  
Em presen<sup>ça</sup> \_\_\_\_\_ da verdade.

RAFAEL EDUARDO LOCH SCHEFFNER  
Escritório: R. S. J. - nº 221, 1º andar - C. J. - F. P. - R. 200,00  
FADSP: R\$2,10 - total: R\$11,00

*[Handwritten signature]*



*[Handwritten signature]*







## DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO

Com referência à Concorrência nº 006/2018-PMLS.

A Empresa **Dudacom Marketing Integrado Eireli**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 24.811.536/0001-55, com sede na Rua Rubens Lopes, nº 435, Sala 01 – Jardim Universitário, CEP 85.819-170, na cidade de Cascavel, neste ato representada por sua Sócia-Proprietária, Sra. Ana Caroline Kuhn Schimanko, portadora da cédula de identidade RG nº 10.575.156-4, inscrito no CPF sob o nº 056.876.909-05, residente na Rua Universitária, nº 474 – Jardim Universitário, CEP 85.819-110, na cidade de Cascavel, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº 15.608/07, **DECLARA**, que cumpri plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Cascavel, 09 de agosto de 2018.

Ana Caroline Kuhn Schimanko

RG: 10.575.156-7/CPF: 056.876.909-05

Sócia-Proprietária

# CERTIFICADO



O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

**DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI**

24.811.536/0001-55

Grupo Técnico 7

este Certificado de Qualificação Técnica, por cumprimento das metas de qualidade e compromisso com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, estabelecidas em dezesseis de dezembro de mil novecentos e noventa e oito.

São Paulo, 03 de Agosto de 2018

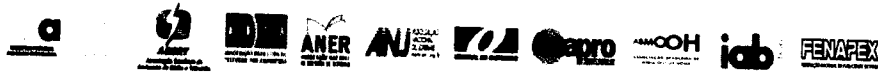
**Caio Barsotti**

Presidente

O prazo de vigência do Certificado de Qualidade Técnica está condicionado à manutenção dos compromissos técnicos de certificação da Agência, o que deve ser confirmado em [www.cenp.com.br](http://www.cenp.com.br). Este documento tem valor por 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.

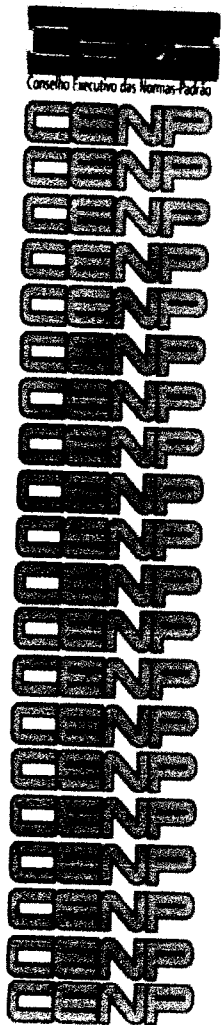
Entidades Fundadoras:

Entidades Associadas:



Emitido no dia 08/08/2018 às 20:02:25 - Códigos de Controle do Certificado: D248115360010

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



**DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.  
TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA  
INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI  
CNPJ N° 24.811.536/0001-55**



Ana Caroline Kuhn Schimanko, sexo feminino, brasileira, natural de Cascavel-PR, nascida em 06/11/1990, solteira, empresária, portadora da carteira de identidade civil, RG n° 10.575.156-7-SSP-PR expedida em 09/11/2005, e do CPF n° 056.876.909-05, residente e domiciliada em Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Universitária, n° 474, Bairro Universitário, CEP n° 85819-110.

Única sócia da sociedade empresarial que gira sob a denominação social de "DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.", com sede e foro na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Rubens Lopes, n° 435, Sala 01 DCE, Bairro Universitário, CEP n° 85819-170. Registrada na Junta Comercial do Estado do Paraná, sob o NIRE n° 41208387009, por despacho na sessão do dia 17/05/2016, e quarta alteração contratual sob n° 20183068319, por despacho na sessão do dia 21/06/2018, e inscrita no CNPJ sob n° 24.811.536/0001-55.

*Resolve na melhor forma de direito e consoante com o artigo 1.033 e 980-A da Lei n° 10.406/02, e em conformidade com a Lei 12.441/2011, alterar e transformar o contrato social da empresa, conforme as cláusulas seguintes:*

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** Fica transformada esta sociedade em Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI, sob o nome empresarial de: DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI, com sub-rogação de todos os direitos e obrigações pertinentes.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O acervo da sociedade limitada no valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), passa a constituir o capital social da EIRELI DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O objeto da sociedade doravante passa a ser: prestação de serviços de agência de publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão de execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; e prestação de serviços de atividades de marketing integrado.

**CLÁUSULA QUARTA:** Para tanto, passa a transcrever, na íntegra, o ato constitutivo da Transformação da referida EIRELI, com o teor seguinte:

**CLÁUSULA QUINTA:** A presente Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI, girará sob o nome empresarial de DUDACOM MARKETING INTEGRADO



468297



**META PROPAGANDA LTDA**  
**NONA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**  
**C N P J nº 78.846.540/0001-88**

**ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER**, brasileiro, separado judicialmente, publicitário, nascido na cidade de São Jorge do Ivaí-PR, em 04.11.1963, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 3.026.836-9/SSP-PR e CPF nº 481.993.469-49 e **KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER**, brasileira, solteira, maior, empresária, nascida na cidade de Maringá-PR, em 04.08.1988, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 10.506.541-8/SESP-PR e CPF nº 009.999.779-70, únicos sócios da sociedade **META PROPAGANDA LTDA**, sediada em Maringá-PR, à Avenida Euclides da Cunha nº 1.331, Zona 05, CEP 87.015-180, com contrato social arquivado no Cartório de registro Civil das Pessoas jurídicas da Comarca de Maringá-PR, livro A-1, sob nº 1321 em 23.09.1985, resolvem assim alterar e consolidar o seu Contrato social, mediante as cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA: SEDE E FORO:** Fica transferida para a Avenida João Paulino Vieira Filho, Nº 1009, Edifício Novo Centro, Sala 08, Zona 01, CEP 87020-015, Maringá-PR.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** Ficam inalteradas as demais cláusulas que não colidirem com as disposições do presente instrumento de alteração de contrato social.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** À vista da modificação ora ajustada e em consonância com o que determina o art. 2.031 da Lei nº 10.406/2002, os sócios RESOLVEM, por este instrumento, atualizar e consolidar o contrato social, tornando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas contidas no contrato primitivo que, adequado às disposições da referida Lei nº 10.406/2002 aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:

**META PROPAGANDA LTDA**  
**CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**  
**C N P J nº 78.846.540/0001-88**

**ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER**, brasileiro, separado judicialmente, publicitário, nascido na cidade de São Jorge do Ivaí-PR, em 04.11.1963, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 3.026.836-9/SSP-PR e CPF nº 481.993.469-49 e **KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER**, brasileira, solteira, maior, empresária, nascida na cidade de Maringá-PR, em 04.08.1988, residente e domiciliado em Maringá-PR, à Rua Luiz Gama nº 144, Apto 1702, Zona 04, CEP 87.014-110, portador da Carteira de Identidade Civil RG nº 10.506.541-8/SESP-PR e CPF nº 009.999.779-70, únicos sócios da sociedade **META PROPAGANDA LTDA**, sediada em Maringá-PR, à Avenida João Paulino Vieira Filho Nº 1009, Edifício Novo Centro, Sala 08, Zona 01, CEP 87020-015, com contrato social arquivado no Cartório de registro Civil das Pessoas jurídicas da Comarca de Maringá-PR, livro A-1, sob nº 1321 em 23.09.1985

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** A sociedade gira sob o nome social **META PROPAGANDA LTDA**, tendo sede e foro em Maringá-PR, a Avenida João Paulino Vieira Filho Nº 1009, Edifício Novo Centro, Sala 08, Zona 01, CEP 87020-015 e terá seu prazo de duração por tempo indeterminado, iniciando suas atividades a partir de 01.08.1985, tendo como objetivo social o ramo de PROPAGANDA E PUBLICIDADE.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O Capital Social é de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais), divididos em 200.000 quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (Um real) cada uma, integralizadas em moeda corrente do País, assim subscritas:

Sócios	Quotas	%	Capital - R\$
ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER	180.000	90	180.000,00
KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER	20.000	10	20.000,00
TOTAL	200.000	100	200.000,00

*Karen*

**META PROPAGANDA LTDA**  
**NONA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**  
**C N P J nº 78.846.540/0001-88**



**CLÁUSULA TERCEIRA:** As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

**CLÁUSULA QUARTA:** A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

**CLÁUSULA QUINTA:** A administração da sociedade caberá ao sócio **ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER**, com os poderes e atribuições de ADMINISTRADOR, autorizado o uso do nome social, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

**CLÁUSULA SEXTA:** Ao término de cada exercício social, em 31 de Dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

**CLÁUSULA SÉTIMA:** Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador quando for o caso.

Parágrafo único: Os sócios serão avisados antecipadamente, através de telefone, e-mail, carta ou pessoalmente.

**CLÁUSULA OITAVA:** A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

**CLÁUSULA NONA:** Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do sócio remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** O Administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA:** As deliberações atenderão ao disposto nos artigos nº 999 emº 1010, do Código Civil.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** Os sócios não respondem subsidiariamente pelas obrigações sociais.

*Karen*

*U.*



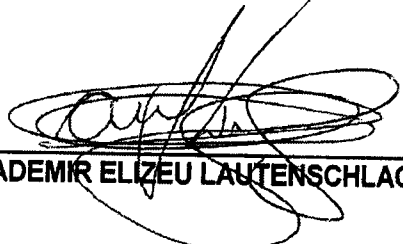
**META PROPAGANDA LTDA**  
**NONA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**  
**CNPJ nº 78.846.540/0001-88**

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** A sociedade é regida pela lei das Sociedades limitadas de nº 10.406/02 (código civil), e como Lei Supletiva nº 6.404/76 (lei das sociedade anônimas).

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA:** Fica eleito o foro de Maringá, Estado do Paraná, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

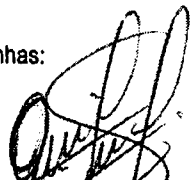
E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento, elaborado em três vias de igual teor e forma, em conformidade com a vontade dos sócios abaixo assinado, juntamente com duas testemunhas.


Maringá-PR, 01 de Dezembro de 2016.

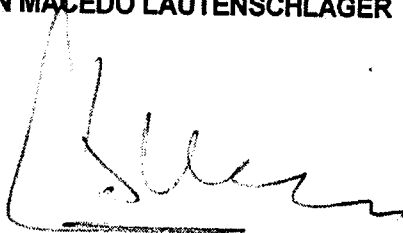
  
ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER

  
KAREN MACEDO LAUTENSCHLAGER

Testemunhas:

  
GLICÉRIO RAMPAZZO  
RG: 5.726.340-7/SESP-PR

  
DILÊNIA RAMPAZZO  
RG: 6.238.830-7/SPP-PR

  
PAULO SÉRGIO FRANCO  
ADVOCADO  
OAB/PR 29.676

**REGISTRO DE TÍTULOS E DOCUMENTOS - MARINGÁ - PR**  
*Muito Serviço ao Cidadão - Agência Delegada*  
Av. XV de Novembro, 331 (44) 3029-9453

Emolumentos	54,80
Funrejus	7,86
Distribuidor	8,21
Funarpen	1,10
Microfilme	0,56
Total R\$	72,32
VRC	300,00

**Registro Civil das Pessoas Jurídicas**  
**Averbação nº 16/1.321 Livro A-001**


Maringá-PR, 16 de Janeiro de 2017.

Arquivo 1319  
Protocolo 468.297

  
Cybele T. B. M. de Oliveira  
Esc. Autorizada

Selo Digital - oIVAD.mkJ3U.j6bLp, Controle: 0giRw.sIDA  
Valide o Selo Digital em <http://www.funarpen.com.br>



  
40.



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
 MINISTÉRIO DAS CIDADES  
 DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÁNSITO  
 CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

NOME: FRANCISCO CARLOS MARAVIESKI

DOC. IDENTIDADE / ORG. EMISSOR / UF: 4194723-3 PR

CP: 374.457.239-00 DATA NASCIMENTO: 16/06/1961

FILIAÇÃO: BOLESILAU MARAVIESKI  
 HAYDE MARAVIESKI

PERMISSÃO: [ ] ACC: [ ] CAT. HAB: B

Nº REGISTRO: 00335403537 VALIDADE: 07/01/2020 1ª HABILITAÇÃO: 09/07/1998

OBSERVAÇÕES:

LOCAL: MARINGÁ, PR DATA EMISSÃO: 07/01/2015

ASSINATURA DO PORTADOR: [Assinatura]

ASSINATURA DO EMISSOR: [Assinatura] 0301466304 PR908426729

DETRAN - PR (PARANÁ)

VALIDO 1042032357  
 VALIDA EM TODOS OS TERRITÓRIOS NACIONAIS

PROIBIDO PLASTIFICAR 1042032357

Confere com Original  
 Pref. Mun. Laranjeira do Sul

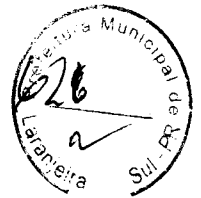
[Assinatura]

[Assinatura]

[Assinatura]

[Assinatura]





## PROCURAÇÃO

Por este instrumento particular de Procuração, como OUTORGANTE, a empresa **META PROPAGANDA LTDA-EPP**, com sede na Avenida João Paulino Vieira Filho, 1009- Sala 08, Ed. Novo Centro, na cidade de Maringá-PR, inscrita no CNPJ/MF sob n. 78.846.540/0001-88 e com Inscrição Estadual Isenta, representada neste ato por seu sócio administrador, Sr. Ademir Elizeu Lautenschlager, portador da cédula de identidade nº 3.026.836-9 SSP/PR e CPF nº 481.993.469-49, nomeia e constitui seu bastante Procurador, como OUTORGADO, **FRANCISCO CARLOS MARAVIESKI**, portador da Cédula de Identidade RG n.º 4.194.723-3 SSP/PR e CPF n.º 374.457.239-00, a quem confere amplos poderes para representar a OUTORGANTE, META PROPAGANDA LTDA.- EPP perante a Administração Pública do MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL - PR, no que se referir Ao Procedimento Licitatório CONCORRÊNCIA N° 06/2018, com poderes para assinar documentos na inscrição cadastral, tomar qualquer decisão durante todas as fases do certame, desistir expressamente da intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, manifestar-se imediata e motivadamente sobre a intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, assinar a ata da sessão, prestar todos os esclarecimentos solicitados pela Comissão Permanente de Licitações, enfim, praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da Outorgante.

Maringá, 31 de julho de 2018.

1º Tabelionato de Notas

**META PROPAGANDA LTDA**  
Ademir Elizeu Lautenschlager  
Sócio Administrador



**LURDES FALL**  
Escrivente 1

**1 TABELIONATO DE NOTAS**  
MARCELO DE AMORIM SALES - TABELIÃO  
Av. Brasil, 3801 - Maringá-PR

Reconheço e dou fe' a(s) firm(a)s de:  
00636493-ADEMIR ELIZEU LAUTENSCHLAGER.  
por SEMELHANÇA; face a impossibilidade  
do signatário comparecer na Serventia.  
(Art. 233, parágrafo 3º, CN).  
ILEB 00636493

Em testemunho da verdade.  
Maringá, 01 de Agosto de 2018.



## DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO

### EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 06/2018 - PMLS

À

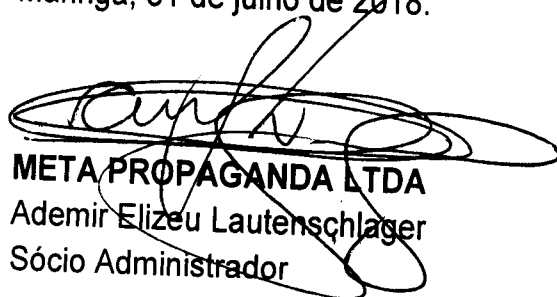
Prefeitura do Município de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná.

A/C Comissão de Licitação.

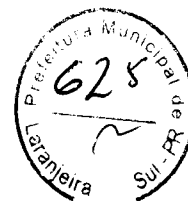
Prezados Senhores,

A Meta Propaganda Ltda. - EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 78.846.540/0001-88, com sede na Avenida João Paulino Vieira Filho, 1009, sala 8, Centro, CEP 87.020-015, na cidade de Maringá, Paraná neste ato representada por seu Sócio Administrador, Ademir Elizeu Lautenschlager, portador da cédula de identidade RG nº 3.026.836-9 SSP-PR, inscrito no CPF sob o nº 481.993.469-49, residente à rua Luiz Gama, 144, CEP 87014-110, em Maringá, Paraná, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº15.608/07, DECLARA, que cumpriu plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Maringá, 31 de julho de 2018.

  
**META PROPAGANDA LTDA**  
Ademir Elizeu Lautenschlager  
Sócio Administrador

**DECLARAÇÃO EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 06/2018 - PMLS**

À

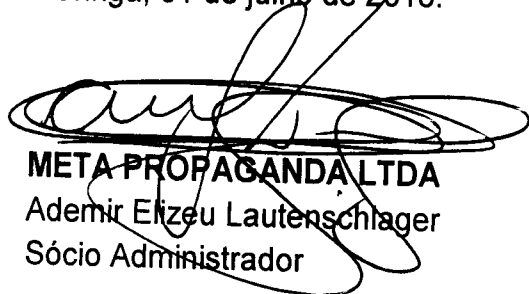
Prefeitura do Município de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná.

AV Comissão de Licitação.

Prezados Senhores,

Ademir Elizeu Lautenschlager, portador da cédula de identidade RG nº 3.026.836-9 SSP-PR, inscrito no CPF sob o nº 481.993.469-49, abaixo assinado, na qualidade de responsável legal da proponente Meta Propaganda Ltda. - EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 78.846.540/0001-88, com sede na Avenida João Paulino Vieira Filho, 1009, sala 8, Centro, CEP 87.020-015, na cidade de Maringá, Paraná DECLARA, expressamente, sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, ser empresa de pequeno porte nos termos da legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no parágrafo 4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123/2006.

Maringá, 31 de julho de 2018.

  
**META PROPAGANDA LTDA**  
Ademir Elizeu Lautenschlager  
Sócio Administrador







**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. - EPP**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA 8<sup>a</sup> DE 15**  
CNPJ Nº 78.785.276/0001-10  
NIRE 41200659395



**NILSON SILVIO FANTE**, brasileiro, casado no regime da comunhão universal de bens, empresário, portador da carteira de identidade civil, RG nº 3.097.926-5-SSP-PR, e do CPF nº 469.010.949-49, residente e domiciliado na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Marechal Candido Rondon, nº 1297, Vila Tolentino, CEP nº 85802-130.

**NILSON ALVES**, brasileiro, casado no regime de comunhão universal de bens, empresário, portador da carteira de identidade civil, RG nº 4.294.021-6-SSP-PR e do CPF nº 575.165.379-34, residente e domiciliado em Cascavel, Estado do Paraná, à rua Souza Naves, nº 1759, Parque São Paulo, CEP nº 85803-770.

**VITOR HUGO MARCON FANTE**, brasileiro, solteiro, nascido em 30/06/1989, empresário, portador do RG sob nº 9.462.627-7-SSP-PR e CPF sob nº 071.863.729-10, residente e domiciliado na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Marechal Candido Rondon, nº 1297, Vila Tolentino, CEP nº 85802-130.

Únicos sócios da sociedade empresarial, que gira sob a denominação de "N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. - EPP", com sede e foro nesta cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Castro Alves, nº 323, 1º andar, Vila Tolentino, CEP nº 85802-110, com contrato social arquivado na Junta Comercial do Estado do Paraná, sob nº 41200659395, por despacho na sessão do dia 25/06/1985, e quinta alteração contratual sob nº 20106872176, por despacho na sessão do dia 19/07/2010, e inscrita no CNPJ sob nº 78.785.276/0001-10.

Por este instrumento decidiram por unanimidade e na melhor forma de direito, alterar e consolidar seu contrato social mediante as cláusulas e condições a seguir articuladas:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** O endereço de residência do sócio Nilson Alves, doravante passa a ser cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Prudente de Moraes, nº 469, Parque São Paulo, CEP nº 85803-680. E o endereço de residência dos socios Nilson Silvio Fante e Vitor Hugo Marcon Fante, doravante passa a ser na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Terra Rocha, nº 1425, casa nº 303, Condomínio Lago Dourado, Jardim Nova Iorque, CEP nº 85816-360.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O sócio Nilson Alves, que possui totalmente integralizada na sociedade 1.250 (uma mil duzentas e cinquenta) cotas, no valor de R\$ 1.250,00 (um mil e duzentos e cinquenta reais), ~~retira-se~~ da sociedade, vendendo e transferindo todas suas cotas, pelo valor nominal ao sócio remanescente cessionário VITOR HUGO MARCON FANTE, já qualificado anteriormente.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O sócio Nilson Silvio Fante, que possui totalmente integralizada na sociedade...

631  
Municipal de  
Sul - PR

**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.**

**SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA N°**

**CNPJ N° 78.785.276/0001-10**

**NIRE 41200659395**



vende e transfere 22.500 (vinte e duas mil e quinhentas) cotas, pelo valor nominal ao sócio remanescente cessionário VITOR HUGO MARCON FANTE, já qualificado anteriormente.

**CLÁUSULA QUARTA:** Os sócios declaram conhecer a situação econômico-financeira da sociedade, ficando desta forma sub-rogados nos direitos e obrigações decorrentes deste instrumento.

**CLÁUSULA QUINTA:** O sócio retirante Nilson Alves, e o sócio cedente Nilson Silvio Fante, dá ao sócio remanescente Vitor Hugo Marcon Fante, total, geral e rasa quitação das cotas ora efetuadas.

**CLÁUSULA SEXTA:** Em decorrência da presente alteração, o capital social totalmente integralizado, permanece inalterado em R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), divididos em 250.000 (duzentas e cinquenta mil) quotas, no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, ficando assim distribuído entre os sócios:

Sócios	Quotas	Valor R\$	%
Nilson Silvio Fante	225.000	225.000,00	90,00
Vitor Hugo Marcon Fante	25.000	25.000,00	10,00
Total	250.000	250.000,00	100,00

**CLÁUSULA SÉTIMA:** À vista da modificação ora ajustada, os sócios resolvem, por este instrumento, atualizar e consolidar o contrato social, tornando assim sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo que passa a ter a seguinte redação:

CONSOLIDAÇÃO: /

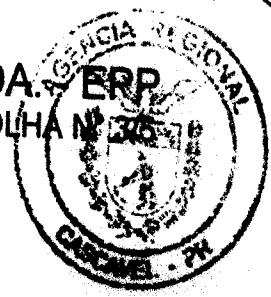
1ª) Composição societária:

NILSON SILVIO FANTE, brasileiro, casado no regime da comunhão universal de bens, empresário, portador da carteira de identidade civil, RG n° 3.097.926-5-SSP-PR, e do CPF n° 469.010.949-49, residente e domiciliado na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Terra Rocha, n° 1425, casa n° 303, Condomínio Lago Dourado, Jardim Nova Iorque, CEP n° 85816-360

VITOR HUGO MARCON FANTE, brasileiro, solteiro, nascido em 30/06/1989, empresário, portador do RG sob n° 9.462.627-7-SSP-PR, e do CPF n° 000.000.000-00, residente e domiciliado na cidade de Cascavel, Estado do Paraná, à Rua Terra Rocha, n° 1425, casa n° 303, Condomínio Lago Dourado, Jardim Nova Iorque, CEP n° 85816-360

637  
Secretaria Municipal de  
Sul - R

**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. EPP**  
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 36  
CNPJ Nº 78.785.276/0001-10  
NIRE 41200659395



nº 1425, casa nº 303, Condomínio Lago Dourado, Jardim Nova Iorque, CEP nº 85816-360.

2ª) A sociedade gira sob a denominação social de: N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. – EPP.

3ª) O endereço da sociedade é na Rua Castro Alves, nº 323, 1º andar, Vila Tolentino, CEP nº 85802-110, na cidade de Cascavel, Estado do Paraná.

4ª) O objeto da sociedade é: prestação de serviços de agência de publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão de execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

5ª) A sociedade iniciou suas atividades em 10/07/1985, e seu prazo de duração é indeterminado.

6ª) O capital da sociedade totalmente integralizado, é de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), divididos em 250.000 (duzentas e cinquenta mil) quotas no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, ficando assim distribuído entre os sócios:

Sócios	Quotas	Valor R\$	%
Nilson Silvio Fante	225.000	225.000,00	90,00
Vitor Hugo Marcon Fante	25.000	25.000,00	10,00
Total	250.000	250.000,00	100,00

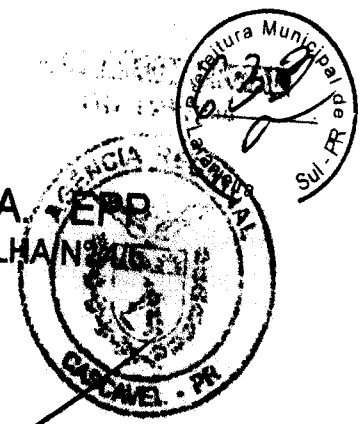
Parágrafo único: Nos termos do art. 1052 do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas.

7ª) Os sócios não respondem subsidiariamente pelas obrigações sociais, consoante lhes faculta o inciso VIII, artigo 997, da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2.002.

8ª) As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condição e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

9ª) Pelos serviços que prestarem à sociedade, perceberão os salários...

**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA**  
**SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 01**  
CNPJ Nº 78.785.276/0001-10  
NIRE 41200659395



10ª) A administração da sociedade cabe a Nilson Silvio Fante, com os poderes e atribuições de representar a sociedade isoladamente, competindo-lhe o uso e sua representação ativa e passiva, judicial e extrajudicial da sociedade. Vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

Parágrafo único — Para o exercício de suas funções, fica o sócio administrador dispensado de prestar caução à sociedade.

11ª) O sócio administrador Nilson Silvio Fante, declara sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

12ª) Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse deste ou do sócio remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único — O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que sociedade se resolva em relação ao seu sócio.

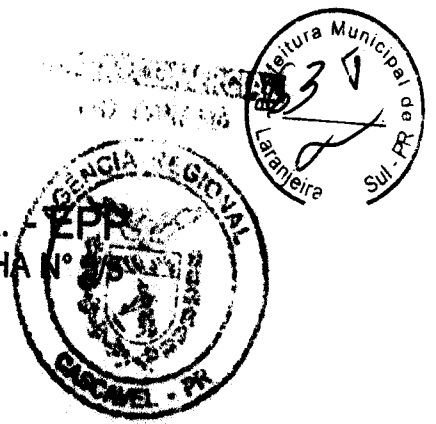
13ª) A convocação quanto à reunião entre os sócios no decorrer do exercício social, será comunicado aos mesmos, pelo administrador da presente sociedade, por telefone, e-mail, carta, fax ou até mesmo verbalmente.

14ª) Fica estabelecido que a sociedade não terá conselho fiscal.

15ª) O exercício social encerrar-se-á em 31 de dezembro de cada ano, devendo nesta data ser levantado um inventário, um balanço patrimonial e balanço de resultado econômico da sociedade. Os resultados serão atribuídos aos sócios proporcionalmente às suas quotas de capital, podendo, os lucros, a seu critério, serem distribuídos ou ficarem em reserva na sociedade.



N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA.  
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA N°  
CNPJ N° 78.785.276/0001-10  
NIRE 41200659395



16ª) Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social deliberarão sobre as contas e designarão administradores quando for o caso.

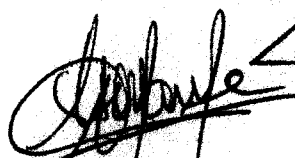
17ª) A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

18ª) Os casos omissos neste contrato serão resolvidos com observância dos preceitos do Código Civil (Lei n° 10.406/2002) e de outros dispositivos legais aplicáveis.

19ª) Fica eleito o foro da Comarca de Cascavel, Estado do Paraná, para o exercício e cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.


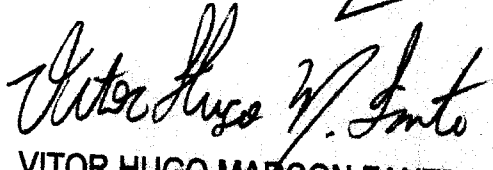
Lavrado em quatro vias de igual teor e forma, lido, compreendido, entendido e elaborado de acordo com a intenção dos sócios ora presentes, que assinam e rubricam na presença de duas testemunhas.

Cascavel, 01 de março de 2012.

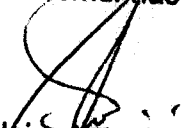
  
NILSON SILVIO FANTE





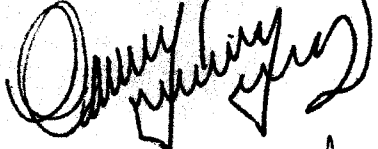
  
NILSON ALVES

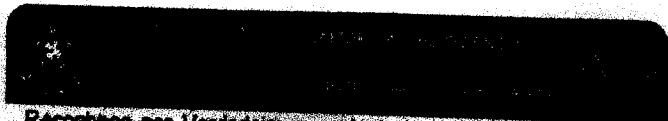
  
  
VITOR HUGO MARCON FANTE

Testemunhas:

  
Jairo Antonio Lombardo  
RG n° 4.987.738-2 SSP PR

Confere Com Original  
  
Pref. Mun. Laranjeira do Sul



Reconheço por Verdadeira a assinatura de **NILSON ALVES** (1783). \*0036 \*77/195\*. Dou fé. Cascavel/PR, 28 de março de 2012.

Em Teste *[Signature]* da Verdade  
CRISTINE APARECIDA JACOBS ZUBELDIA  
Escrevente



Reconheço por Verdadeira a assinatura de **NILSON SILVIO FANTE** (43678). \*0036 \*31/199\*. Dou fé. Cascavel/PR, 28 de março de 2012.

Em Teste *[Signature]* da Verdade  
CRISTINE APARECIDA JACOBS ZUBELDIA  
Escrevente



Reconheço por Verdadeira a assinatura de **VITOR HUGO MARCON FANTE** (88817). \*0036 \*349373\*. Dou fé. Cascavel/PR, 28 de março de 2012.

Em Teste *[Signature]* da Verdade  
CRISTINE APARECIDA JACOBS ZUBELDIA  
Escrevente



*[Handwritten signature]*


*[Handwritten mark]*




**Com referência à Concorrência nº 006/2018-PMLS.**

A Empresa NTV Imagem e Propaganda Ltda. EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 78.785.276/0001-10, inscrição estadual isenta, com sede na Rua Castro Alves, 323, CEP 85.802-110, na cidade de Cascavel-PR, neste ato representada por seu Sócio-Administrador, Nilson Silvio Fante, portador da cédula de identidade RG nº 3.097-926-5/SSP-PR, inscrito no CPF sob o nº 469.010.949-49, residente na Ria Terra Roxa, 1.425, Região do Lago II, CEP 85.816-360, na cidade de Cascavel-PR, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº15.608/07, DECLARA, que cumpri plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Cascavel, 09 de agosto de 2018.

  
Nilson Silvio Fante  
Sócio-Administrador

  
Y.:



**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ 78.785.276/0001-10 NIRE 41200659395**  
**SÉTIMA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**



**Motivo: a) Alteração Quadro Societário**

**NILSON SILVIO FANTE**, brasileiro, nascido em 16 de julho de 1963, natural de Maringá/PR, casado sob o regime de comunhão universal de bens, empresário, portador da carteira de identidade civil, RG nº 3.097.926-5 – SESP/PR e do CPF nº 469.010.949-49, residente e domiciliado em Cascavel/PR, à Rua Terra Roxa, nº 1425, casa 303 do Condomínio Lago Dourado, bairro Pacaembu, CEP 85816-360 e **VITOR HUGO MARCON FANTE**, brasileiro, nascido em 30 de junho de 1989, natural de Cascavel/PR, solteiro, publicitário, portador da carteira de identidade civil, RG nº 9.462.627-7 – SESP/PR e do CPF nº 071.863.729-10, residente e domiciliado em Cascavel/PR, à Rua Terra Roxa, nº 1425, casa 303 do Condomínio Lago Dourado, bairro Pacaembu, CEP 85816-360, sócios componentes da sociedade que gira sob o nome de **N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP**, com sede na Rua Castro Alves, nº 323, 1º andar, bairro Vila Tolentino, Cascavel - PR, CEP 85802-110, devidamente registrada no CNPJ sob o nº 78.785.276/0001-10, resolvem por este instrumento particular de **ALTERAÇÃO CONTRATUAL**, modificar as cláusulas em vigor de seu Contrato Social, registrado na Junta Comercial do Paraná, sob o n.º 41200659395 em 25/06/1985, de acordo com a Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002, com subsídio na Lei 6404/76, mediante as cláusulas e condições a seguir:

**Cláusula Primeira:** Ingressa na Sociedade o Sr. **AUGUSTO CHEMIM NETO**, brasileiro, nascido em 23 de abril de 1988, natural de Guarapuava/PR, solteiro, publicitário, portador da carteira de identidade civil, RG nº 8.974.137-8 – SESP/PR e do CPF nº 072.390.429-44, residente e domiciliado em Cascavel/PR, à Rua Treze de Maio, nº 141, bairro Região do Lago, CEP 85812-191, o qual declara conhecer a situação econômica, financeira e patrimonial da empresa.

**Cláusula Segunda:** Ingressa na Sociedade a Sra. **TAINARA MARCON FANTE**, brasileira, nascida em 10 de setembro de 1992, natural de Cascavel/PR, solteira, empresária, portadora da carteira de identidade civil, RG nº 9.462.639-0 – SESP/PR e do CPF nº 088.296.039-37, residente e domiciliado em Cascavel/PR, à Rua Terra Roxa, nº 1425, casa 303 do Condomínio Lago Dourado, bairro

**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ 78.785.276/0001-10 NIRE 41200659395**  
**SÉTIMA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**



Pacaembu, CEP 85816-360, a qual declara conhecer a situação econômica, financeira e patrimonial da empresa.

**Cláusula Terceira:** O sócio Nilson Silvio Fante, que possui na sociedade 225.000 (duzentas e vinte e cinco mil) quotas no valor unitário de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 225.000,00 (duzentos e vinte e cinco mil reais) de capital social, vende e transfere 2.500 (duas mil e quinhentas) quotas sociais pelo valor de R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais), para o sócio ingressante Augusto Chemim Neto, dando plena e rasa quitação quanto à transferência das quotas ora efetuada.

**Cláusula Quarta:** O sócio Nilson Silvio Fante, que possui na sociedade 222.500 (duzentas e vinte e duas mil e quinhentas) quotas no valor unitário de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 222.500,00 (duzentos e vinte e dois mil e quinhentos reais) de capital social, vende e transfere 12.500 (doze mil e quinhentas) quotas sociais pelo valor de R\$ 12.500,00 (doze mil e quinhentos reais), para a sócia ingressante Tainara Marcon Fante, dando plena e rasa quitação quanto à transferência das quotas ora efetuada.

**Cláusula Quinta:** Em decorrência das alterações ocorridas, o Capital Social da empresa no valor de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) dividido em 250.000 (duzentas e cinquenta mil) quotas sociais no valor unitário de R\$ 1,00 (um real) cada, fica distribuído entre os atuais sócios da seguinte forma:

Sócios	Quotas	Valor RS	% da Participação
Nilson Silvio Fante	210.000	R\$ 210.000,00	84%
Vitor Hugo Marcon Fante	25.000	R\$ 25.000,00	10%
Tainara Marcon Fante	12.500	R\$ 12.500,00	5%
Augusto Chemim Neto	2.500	R\$ 2.500,00	1%
<b>Totais</b>	<b>250.000</b>	<b>R\$ 250.000,00</b>	<b>100%</b>

**Cláusula Sexta:** A sociedade continua a ser administrada pelo sócio Nilson Silvio Fante, na qualidade de **administrador**, ao qual compete, o uso da firma e a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicial da sociedade, sendo-lhe, entretanto vedado o seu emprego sob qualquer pretexto ou modalidade em negócios ou operações estranhos ao objeto social, especialmente à prestação de avais, endossos, fianças ou cauções de favor.

**Cláusula Sétima:** O sócio administrador declara sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por

**N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP**  
**CNPJ 78.785.276/0001-10 NIRE 41200659395**  
**SÉTIMA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**



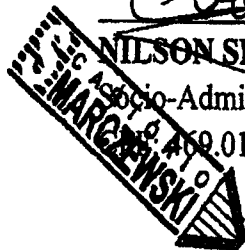
se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a econômica popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

**Cláusula Oitava:** Permanecem inalteradas as demais cláusulas e condições vigentes do Contrato Social, que não colidirem com as disposições do presente instrumento.

E por assim terem justos e contratados, lavram, datam e assinam o presente instrumento, elaborado pela contadora **Vania Paula Eleutério**, CRC-PR 065077/O-6, em três vias de igual teor e forma, lido, compreendido, elaborado de conformidade com a intenção dos sócios neste ato, juntamente com duas testemunhas, que se obrigam fielmente por si e por seus herdeiros a cumpri-los em todos os seus termos.

Cascavel - PR, 25 de março de 2015.

**NILSON SILVIO FANTE**  
Sócio-Administrador  
CPF: 0.469.010.949-49



**VITOR HUGO MARCON FANTE**  
Sócio  
CPF: 071.863.729-10



**AUGUSTO CHEMIM NETO**  
Sócio  
CPF: 072.390.429-44

**TAINARA MARCON FANTE**  
Sócia  
CPF: 088.296.039-37

**Testemunhas**

Nome: Cristian Renan Schultz Herrmann  
RG: 8.411.184-8 SESP-PR  
CPF: 009.507.049-46  
Assinatura:

Nome: Vania Paula Eleutério  
RG: 9.226.466-1 SESP-PR  
CPF: 059.438.669-14  
Assinatura:



Selo Digital 8aDv8.gCin5.4p7On, Controle: Rb5cy.nOV8  
Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>

Reconheço por verdadeira a assinatura de **TAINARA MARCON FANTE (121019)**, \*0064\* 30696A\*. Dou fé. Cascavel/PR, 09 de abril de 2015.

Em Teste da Verdade  
Escritura Autorizada  
SISTEMA DE REGISTRO DE FORÇAS DO NASCIMENTO - ESCRITURA  
SANTOS  
CASCVEL - PR



Selo Digital N° neakc.9zilyc.UorZa, Controle: v9t5h.trtS  
Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>


Reconheço por Verdadeira a firma de **AUGUSTO CHEMIM**, \*0052\* 785468\*. Dou fé.

Cascavel, Paraná, 09 de abril de 2015.  
Em Teste da Verdade  
Escritura

SMARCEWSKI

Handwritten signature and initials.





**ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº. 11 DA SOCIEDADE:  
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP  
CNPJ Nº 72.491.186/0001-30 NIRE 4120294705-3**

**ELVIS CANDIDO LIMA**, brasileiro, casado, sob-regime de comunhão parcial de bens, nascido em 31 de Março de 1963, comerciante, natural de Doutor Camargo, Estado do Paraná, portador da cédula de identidade RG nº 1.892.431 SSP/PR expedida em 13/09/1977, e inscrito no CPF nº 394.149.149-00, residente e domiciliado na Rua Presidente Kennedy nº 2802, Coqueiral em Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.807.080.

**ELIZETH BLANCO LIMA**, brasileira, casada, sob-regime de comunhão parcial de bens, nascida em 18 de Janeiro de 1967, comerciante, natural de Umuarama, Estado do Paraná, portadora da cédula de identidade RG nº 3.716.117-9 SESP/PR expedida em 26/06/1998, e inscrita no CPF nº 571.036.409-63, residente e domiciliada na Rua Presidente Kennedy nº 2802, Coqueiral em Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.807.080, únicos sócios da empresa "BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP", com sede na Rua Presidente Kennedy nº 2802, Coqueiral em Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.807.080, registrada na Junta Comercial do Estado do Paraná, sob o NIRE 41208294705-3 e inscrita no CNPJ sob o n.º 72.491.186/0001-30, resolvem assim alterar e consolidar o contrato social primitivo conforme Lei n.º 10406 de 10/01/2002, e subsidiariamente pela lei 6404 de 15/12/1976 conforme cláusulas abaixo.

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** Retira-se neste ato da Sociedade a sócia **ELIZETH BLANCO LIMA** que possuía na sociedade 10.000 (dez mil quotas) correspondendo a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) integralizados em moeda corrente do país, que neste ato vende e transfere para o sócio remanescente **ELVIS CANDIDO LIMA**, 10.000 (dez mil quotas) correspondendo a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) integralizados em moeda corrente do país, dando plena geral rasa quitação das quotas transferidas.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O capital social é de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), divididos em 200.000 (duzentos mil quotas), no valor de R\$ 1,00 (um real) cada um, subscritas e integralizadas em moeda corrente do país, distribuído entre seu sócio da seguinte forma:

SÓCIO	QUOTAS	%	CAPITAL R\$
<b>ELVIS CANDIDO LIMA</b>	<b>200.000</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 200.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>200.000</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 200.000,00</b>

*Elvis*  
*Elvis*

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O sócio remanescente **ELVIS CANDIDO LIMA** compromete-se no prazo Máximo de 180 (cento e oitenta) dias a partir desta data, a indicar um novo sócio para permanência da personalidade jurídica.

*[Signature]*  
*[Signature]*



**ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº. 11 DA SOCIEDADE:  
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP  
CNPJ Nº 72.491.186/0001-30 NIRE 4120294705-3**

**CLAUSULA QUARTA:** O sócio remanescente **ELVIS CANDIDO LIMA**, declara conhecer a situação econômico-financeira da sociedade, ficando desta forma sub-rogada nos direitos e obrigações decorrentes do presente instrumento.

**CLÁUSULA QUINTA:** A administração da sociedade caberá ao sócio **ELVIS CANDIDO LIMA**, com poderes e atribuições de administrador autorizado o nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer quotista ou de terceiros, bem como operar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

**CLÁUSULA SEXTA:** O administrador declara, sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou propriedade.

**CLÁUSULA SÉTIMA:** Permanecem inalteradas as demais cláusulas vigentes do presente contrato primitivo que não colidirem com as disposições legais do presente instrumento.

**CLÁUSULA OITAVA:** A vista das modificações ora ajustadas consolida-se o contrato social, com a seguinte redação:

**CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO  
ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº. 11 DA SOCIEDADE:  
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP  
CNPJ Nº 72.491.186/0001-30 NIRE 4120294705-3**

**ELVIS CANDIDO LIMA**, brasileiro, casado, sob-regime de comunhão parcial de bens, nascido em 31 de Março de 1963, comerciante, natural de Doutor Camargo, Estado do Paraná, portador da cédula de identidade RG nº 1.892.431 SSP/PR expedida em 13/09/1977 e inscrito no CPF nº 394.149.149-00, residente e domiciliado na Rua Presidente Kennedy nº 2802, Coqueiral em Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.807.080, único sócio da empresa "BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP", com sede na Rua Presidente Kennedy nº 2802, Coqueiral em Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.807.080, registrada na Junta Comercial do Estado do Paraná, sob o NIRE 41208294705-3 e inscrita no CNPJ sob o n.º 72.491.186/0001-30, resolvem assim consolidar o contrato social primitivo conforme Lei n.º 10406 de 10/01/2002, e subsidiariamente pela lei 6404 de 15/12/1976 conforme cláusulas abaixo.

*Handwritten signatures: "Elvis" and "Lima"*

*Handwritten signature*

**ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº. 11 DA SOCIEDADE:  
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP  
CNPJ Nº 72.491.186/0001-30 NIRE 4120294705-3**



**CLÁUSULA PRIMEIRA:** A sociedade gira sob o nome empresarial de **BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP**, com sede na Rua Presidente Kennedy nº 2802, Coqueiral em Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.807.080.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O capital social é de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), divididos em 200.000 (duzentos mil quotas), no valor de R\$ 1,00 (um real) cada um, subscritas e integralizadas em moeda corrente do país, ao sócio **ELVIS CANDIDO LIMA**.

SÓCIO	QUOTAS	%	CAPITAL RS
ELVIS CANDIDO LIMA	200.000	100	RS 200.000,00
TOTAL	200.000	100	RS 200.000,00

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O objeto social é: Agências de publicidade; a criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação; a colocação, em nome de clientes, de material publicitário em jornais, revistas, rádio, televisão, internet e em outros veículos de comunicação; a prestação de serviços para merchandising em rádio e televisão.

**CLÁUSULA QUARTA:** O sócio remanescente **ELVIS CANDIDO LIMA**, compromete-se no prazo Máximo de 180 (cento e oitenta) dias a partir desta data, a indicar um novo sócio para permanência da personalidade jurídica.

**CLÁUSULA QUINTA:** A sociedade iniciou suas atividades em 01 de Julho de 1993, e seu prazo de duração é indeterminado.

**CLÁUSULA SEXTA:** A filial inscrita no CNPJ nº 72.491.186/0002-10 sob o NIRE 4190072328-2, com sede na cidade de Toledo, Estado do Paraná, na Rua Theobaldo Dreier, nº 82, Jardim Porto Alegre, CEP 85.906-260, o objeto social é: Agências de publicidade; a criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação; a colocação, em nome de clientes, de material publicitário em jornais, revistas, rádio, televisão, internet e em outros veículos de comunicação; a prestação de serviços para merchandising em rádio e televisão.

**CLÁUSULA SÉTIMA:** As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdades de

*Elvis*  
*Lin*



**ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº. 11 DA SOCIEDADE:  
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP  
CNPJ Nº 72.491.186/0001-30 NIRE 4120294705-3**

condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

**CLÁUSULA OITAVA:** A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

**CLÁUSULA NONA:** A administração da sociedade caberá ao sócio **ELVIS CANDIDO LIMA**, com poderes e atribuições de administradora autorizado o nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social o assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como operar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultados econômico, cabendo os sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores quando for o caso.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA:** A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** Os sócios poderão de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pró labore", observando as disposições regulamentares pertinentes.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** Falecendo ou sendo interditando qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

*Elvis*  
*Elvis*

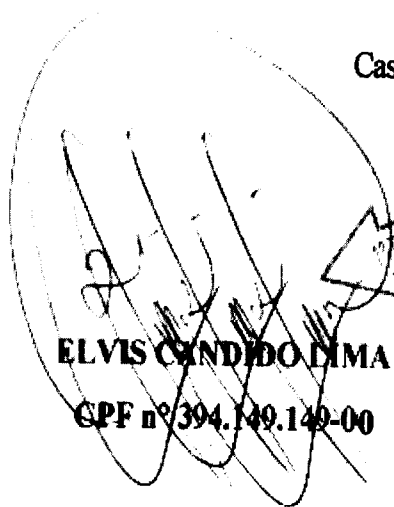


**ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº. 11 DA SOCIEDADE:  
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP  
CNPJ Nº 72.491.186/0001-30 NIRE 4120294705-3**

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA:** A administradora declara, sob as penas da lei, que não está impedida de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou propriedade.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA:** Fica eleito o fórum e comarca de Cascavel, Estado do Paraná, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato. E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em via única.

Cascavel - PR 12 de Março de 2018.

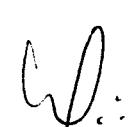
  
ELVIS CINDIDO LIMA  
CPF nº 394.149.149-00

1º TABELONATO DE NOTAS

  
ELIZETH BLANCO LIMA  
CPF nº 571.036.409-63

1º TABELONATO DE NOTAS



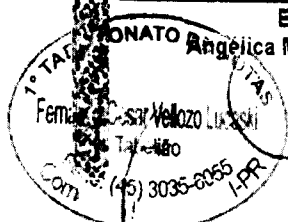




1º TABELIONATO DE NOTAS - CASCAVEL - PARANA  
RUA AUGUSTA NAVES, 1755 - CASCAVEL - PARANA - CEP: 85011-180 FONE: (41) 3011-7813  
FERNANDO CESAR VELLOZO LUCASKI - TABELIAO

Selo Nº JToYC.MQbnG.59qn7, Controle: ymXm2.xTnp8  
Valide em <http://funarpen.com.br>. Reconheço por  
VERDADEIRA, as assinaturas de ELVIS CARD  
133979 - ELIZETH BLANCO LIMA - 164957 - Cascavel-PR,  
16 de março de 2013 - 15:37:18h - 0108\*15:37:19\*

Em Testº da V.ª da  
Angélica Maria Hamera Cabreço - Escrevente



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



**REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL**  
**MINISTÉRIO DAS CIDADES**  
**DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO**  
**CARTEIRA NACIONAL DE HABILITACAO**

**NOME**  
ELVIS CANDIDO LIMA

**DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF**  
1892431-5 SESP PR

**CPF**  
394.149.149-00

**DATA NASCIMENTO**  
31/03/1963

**FILIAÇÃO**  
MAURIO MOREIRA LIMA  
URSULINA CANDIDA LIMA

**PERMISSÃO**  
ACC CAT. HAB. B

**Nº REGISTRO**  
02836227932

**VALIDADE**  
24/03/2021

**1ª HABILITAÇÃO**  
26/10/1982

**OBSERVAÇÕES**  
A

*Elvis Candido Lima*  
**ASSINATURA DO PORTADOR**

**LOCAL**  
CASCAVEL, PR

**DATA EMISSÃO**  
24/03/2016

*J. Marcos*  
**ASSINATURA DO EMISSOR**

89286185589  
PR910700370

**DETRAN - PR (PARANÁ)**  
**DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO**

**VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL**  
1264618731

**PROIBIDO PLASTIFICAR**  
1264618731

*Confere Com o Original*  
Pref Mun *Janj do Sul*

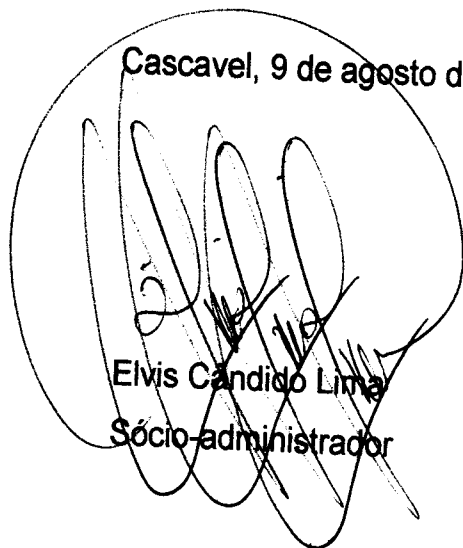
*(Handwritten mark)*



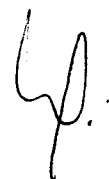
**DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO**  
**Com referência à Concorrência nº 006/2018**

A empresa **BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 72.491.186/0001-30, sediada em Cascavel PR – Rua Presidente Kennedy 2802, Coqueiral, CEP 85.807-080, neste ato representada por seu sócio gerente Elvis Cândido Lima, portador(a) da Carteira de Identidade 3.716.117-9-SSPPR, inscrita no CPF sob o nº. 571.036.409-63, residente no mesmo endereço, em conformidade com o disposto no § 2º, da Lei nº 15.608/07, DECLARA, que cumpre plenamente os requisitos habilitatórios exigidos no Edital.

Cascavel, 9 de agosto de 2018.



Elvis Cândido Lima  
Sócio-administrador





**1º TABELIONATO DE NOTAS**  
**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA - EPP**

Rua Cruz das Naves, 3755-Centro - Cascavel-PR  
Fone: (45) 3035-6055

**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
CNPJ 02.930.171/0001-45  
Cascavel, 07 AGO. 2018



**FOTOCÓPIA  
COLORIDA**

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado nesta data, do que dou fé, afixado no final do ato o selo de autenticidade.

**1. DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA**, brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, publicitário, portador da Cédula de Identidade nº 1.390.714-5 SSP/PR e do CPF nº 251.781.139-34, residente e domiciliado à Rua Vicente Machado nº. 1415, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150.

**2. MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA**, brasileira, casada em regime de comunhão parcial de bens, portadora da Cédula de Identidade nº. 1.191.423 SSP-PR e do CPF nº 206.363.939-68 residente e domiciliado à Rua Vicente Machado nº. 1415, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150: Sócios componentes da sociedade Ltda, que gira sob nome empresarial **DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA - EPP**, com sede e foro jurídico em Cascavel, Estado do Paraná, com endereço sito à Rua Vicente Machado nº. 1415, térreo - Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150, inscrita no CNPJ sob nº 02.930.171/0001-45 com seu contrato registrado na Junta Comercial do Paraná sob nº 41205603231 em 23/11/2005, sendo a última alteração contratual registrada sob nº 20155052977 em 07/08/2015 resolvem de comum acordo alterar e consolidar seus atos constitutivos, mediante as seguintes cláusulas:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** A razão social da empresa passa a ser: **DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - EPP**

**CLÁUSULA SEGUNDA:** A sociedade explora do ramo de **Prestação de serviços de Agência de Publicidade e propaganda considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão da execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.**

**Parágrafo único:** A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas de participação na sociedade, mas todos respondem solidariamente pela sua integração, nos termos da Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002.

2/8

**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA**  
**REGISTRO DE NOTAS**  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
Rua Souza Naves, 3755-Centro - Cascavel-PR  
Fone: (45) 3035-6055  
CNPJ 02.930.171/0001-43



Cascavel, 07 AGO. 2018

**FOTOCOPIA**  
**COLORIDA**

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado nesta data, do que dou fé, afixado no final deste modelo de autenticidade.

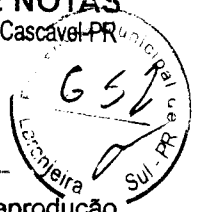
**CLÁUSULA TERCEIRA:** Ingressa na sociedade **LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA**, brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, nascido em 02/10/1978, empresário, portador CPF nº 019.393.159-13 e da Cédula de Identidade nº 4.454.523-3 SSP/PR emitida em 08/08/1995, residente e domiciliado à Rua Mato Grosso nº. 1789, apto 603, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-020.

**CLÁUSULA QUARTA:** Ingressa na sociedade **GISLAINE APARECIDA CERVEJEIRA DE SOUZA**, brasileira, casada pelo regime de comunhão parcial de bens, natural de Umuarama - PR, nascida em 01/12/1983, empresária, portadora da Cédula de Identidade nº 7.525.662-0 SSP-PR emitida em 12/01/2011 e do CPF nº 041.483.239-64, residente e domiciliado à Rua Mato Grosso nº. 1789, apto 603, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-020.

**CLAUSULA QUINTA:** Após ingresso na sociedade do sócios Lucas Rafael Pereira de Souza e Gislane Aparecida Cervejeira de Souza, o capital social fica elevado para R\$ 225.000,00 (Duzentos e vinte e cinco mil reais), dividido em 225.000 (duzentos e vinte e cinco mil) quotas de valor nominal de R\$1,00 (um real) cada uma, integralizados em moeda corrente do País, pelos sócios que passa a ser distribuído da seguinte forma:

SÓCIOS	%	QUOTAS	R\$-VALOR
DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA	25	56.250	56.250,00
MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA	25	56.250	56.250,00
LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA	45	101.250	101.250,00
GISLAINE APARECIDA CERVEJEIRA DE SOUZA	5	11.250	11.250,00
TOTAL	100	225.000	225.000,00

**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA** 3/8  
Rua Souza Naves, 3755-Centro - Cascavel-PR  
Fone: (45) 3035-6055  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
CNPJ 02.930.171/0001-45  
Cascavel, 07 AGO. 2018



**FOTOCOPIA**  
**COLORIDA**  
A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado nesta data, do que dou fé, afixado no final do ato o selo de autenticidade.

**Parágrafo único:** A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas de participação na sociedade, mas todos respondem solidariamente pela sua integração, nos termos da Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002.

**CLAUSULA SEXTA:** A administração da sociedade será exercida pelos sócios **LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA e MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA** com os poderes e atribuições de **ADMINISTRADORES**, dispensados de prestarem caução, podendo substabelecer poderes específicos a terceiros, autorizado o uso do nome empresarial, individualmente, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos cotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (Artigos 997, V1; 1.013. 1.015, 1.064, CC/2002).

**CLAUSULA SÉTIMA:** A sociedade é administrada pelos sócios na qualidade de administradores, sendo os atos normais de gestão praticados por eles de forma privativa, isolada e indistinta, sendo-lhes vedado, entretanto, o seu emprego sob qualquer pretexto ou modalidade, em operações ou negócios estranhos ao objeto social, especialmente a prestação de avais, endossos, fianças ou caução de favor.

**CLÁUSULA OITAVA:** Os Administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercerem a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé publica, ou a propriedade. (Art. 1011, § 1º. CC/2002).

**CLÁUSULA NONA:** Os sócios receberão em razão do exercício de suas funções, remuneração a título de Pró-Labore e ou distribuição de lucros de acordo com o dispositivo na seção V, da lei nº. 10.406/02, valor mensal a ser fixado de comum acordo.

**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA - EPP**

**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

**CNPJ 02.930.171/0001-45** Rua Souza Naves, 3755-Centro - Cascavel - PR  
Fone: (45) 3035-6055



**FOTOCÓPIA  
COLORIDA**

Cascavel, 07 AGO. 2018

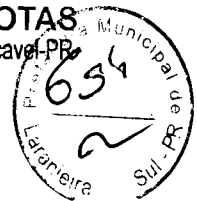
**CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL**

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado nesta data, do que dou fé, afixado no final do documento de autenticidade.

**DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - EPP**  
**CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL - CNPJ: 02.930.171/0001-45**  
**NIRE: 41205603231**

Os abaixo identificados e qualificados: **DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA**, brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, publicitário, portador da Cédula de Identidade nº 1.390.714-5 SSP/PR e do CPF nº 251.781.139-34, residente e domiciliado à Rua Vicente Machado nº. 1415 Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150; **MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA**, brasileira, casada em regime de comunhão parcial de bens, portadora da Cédula de Identidade nº 1.191.423 SSP-PR e do CPF nº 206.363.939-68 residente e domiciliado à Rua Vicente Machado nº. 1415, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150; **LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA**, brasileiro, casado em regime de comunhão separação de bens, nascido em 02/10/1978, empresário, portador CPF nº 019.393.159-13 e da Cédula de Identidade nº 4.454.523-3 SSP/PR emitida em 08/08/1995, residente e domiciliado à Rua Mato Grosso nº. 1789, apto 603, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-020 e **GISLAINE APARECIDA CERVEJEIRA DE SOUZA**, brasileira, casada pelo regime de comunhão parcial de bens, natural de Umuarama - PR, nascida em 01/12/1983, empresária, portadora da Cédula de Identidade nº 7.525.662-0 SSP-PR emitida em 12/01/2011 e do CPF nº 041.483.239-64, residente e domiciliado à Rua Mato Grosso nº. 1789, apto 603, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-020 - Únicos sócios da sociedade Ltda, que gira sob nome empresarial **DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - EPP**, com sede e foro jurídico em Cascavel, Estado do Paraná, com endereço sito à Rua Vicente Machado nº. 1415, térreo - Centro, - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150, inscrita no CNPJ sob nº 02.930.171/0001-45 com seu contrato registrado na Junta Comercial do Paraná sob nº. 41205603231 em 23/11/2005, sendo a última alteração contratual registrada sob nº 20155052977 em 07/08/2015, resolvem de comum acordo consolidar seus atos constitutivos, mediante as seguintes cláusulas:

**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA - EPP**  
**1ª TABELIONATO DE NOTAS**  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
 Rua Souza Naves, 3755-Centro - Cascavel-PR  
 CNPJ 02.930.171/0001-45 Fone: (45) 3035-6055



**FOTOCOPIA** Cascavel, 07 AGO. 2018  
**COLORIDA**

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** A sociedade gira sob o nome empresarial **DOPPS LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - EPP**, inscrita no final do ato social de aumento de capital. A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado nesta data, do qual dou fé, anexado no final do ato social de aumento de capital. Vicente Machado nº. 1415, térreo - Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná - CEP 85.812-150.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** - A sociedade tem por objeto social: **Prestação de serviços de Agência de Publicidade e propaganda considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão da execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.**

**CLÁUSULA TERCEIRA:** O capital social na importância R\$ 225.000,00 (Duzentos e vinte e cinco mil reais), dividido em 225.000 (duzentos e vinte e cinco mil) quotas de valor nominal de R\$1,00 (um real) cada uma, integralizados em moeda corrente do País, pelos sócios e distribuído da seguinte forma:

SÓCIOS	%	QUOTAS	R\$-VALOR
DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA	25	56.250	56.250,00
MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA	25	56.250	56.250,00
LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA	45	101.250	101.250,00
GISLAINE APARECIDA CERVEJEIRA DE SOUZA	5	11.250	11.250,00

**Parágrafo único:** A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas de participação na sociedade, mas todos respondem solidariamente pela sua integração, nos termos da Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002.

**CLAUSULA QUARTA:** A empresa iniciou suas atividades em 01/01/1999 e o prazo de duração da sociedade é por tempo indeterminado.

*(Handwritten signatures and initials on the right margin)*

**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA** TABELIONATO DE NOTAS  
Rua Souza Naves, 3755-Centro - Cascavel-PR  
Fone: (45) 3035-6055  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
CNPJ 02.930.171/0001-46 Cascavel, 07 AGO. 2018



**FOTOCOPIA**

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado nesta data, do que dou fé, afixado no final

**CLAUSULA QUINTA:** : A administração da sociedade será exercida pelos sócios **LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA e MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA** com os poderes e atribuições de **ADMINISTRADORES**, dispensados de prestarem caução, podendo substabelecer poderes específicos a terceiros, autorizado o uso do nome empresarial, individualmente, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos cotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (Artigos 997, V1; 1.013. 1.015, 1.064, CC/2002).

**CLAUSULA SEXTA:** A sociedade é administrada pelos sócios na qualidade de administradores, sendo os atos normais de gestão praticados por eles de forma privativa, isolada e indistinta, sendo-lhes vedado, entretanto, o seu emprego sob qualquer pretexto ou modalidade, em operações ou negócios estranhos ao objeto social, especialmente a prestação de avais, endossos, fianças ou caução de favor.

**CLÁUSULA SÉTIMA:** Os sócios receberão em razão do exercício de suas funções, remuneração a título de Pró-Labore e ou distribuição de lucros de acordo com o dispositivo na seção V, da lei nº. 10.406/02, valor mensal a ser fixado de comum acordo.

**CLÁUSULA OITAVA:** Os Administradores declaram, sob as penas da lei, de que não está impedidos de exercerem a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (Art. 1011, § 1º. CC/2002).

**CLÁUSULA NONA:** A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

7/8  
**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA - ETABELIONATO DE NOTAS**  
Rua Souza Naves, 3755-Centro - Cascavel, PR  
Fone: (45) 3035-6055  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
CNPJ 02.930.171/0001-45

Cascavel,

07 AGO. 2018



**FOTOCÓPIA  
COLORIDA**

A presente fotocópia é reprodução  
fidel do documento apresentado nesta  
data do que dou fé, afixado no final  
do ato o selo de autenticidade.

**CLÁUSULA DÉCIMA:** Ao término de cada exercício social, 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (art. 1.065, CC/2002).

**Parágrafo único:** Os resultados obtidos serão distribuídos entre os sócios proporcionalmente ao valor de suas quotas de capital podendo os lucros, a critério dos sócios serem distribuídos mensalmente, anualmente ou ficarem em reservas na sociedade.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA.** Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

**Parágrafo único** – O mesmo procedimento será adotado em outros em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. (Art. 1028 e art. 1031, CC/2002).

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA:** Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(s) quando for o caso. (arts. 1071 e 1072 § 2º e art. 1078, CC/2002).

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** A convocação quanto à reunião entre os sócios no decorrer do exercício social, será comunicado aos mesmos, pelo administrador da presente sociedade, por telefone, e-mail, carta, fax ou até mesmo verbalmente, ficando estabelecido que a sociedade não terá conselho fiscal.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** Fica eleito o foro de Cascavel para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA – EPP**  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
**CNPJ 02.930.171/0001-45**

8/8



Lavrado em via única, compreendido, entendido e elaborado de acordo com a intenção dos sócios ora presentes, que assinam.

Cascavel 29 de Junho de 2016.

1º **TABELONATO DE NOTAS**  
Rua Souza Naves 3755 - Centro - Cascavel-PR  
Fone: (41) 3035-6055

Cascavel,  
A presente fotocópia é reprodução  
fiel do documento apresentado nesta  
data, do qual dou fé, anexo no final  
do ato o selo de autenticidade.

**07 A60. 2018**  
**FOTOCOPIA**  
**COLORIDA**

  
**DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA**

  
**MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA**

  
**LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA**

  
**GISLAINE APARECIDA CERVEJEIRA DE SOUZA**





CARTÃO  
3º Tabelionato de Notas  
Rua Souza Marques, 4119  
Cascavel-PR - CEP 85811-120  
Fone: (45) 3038-5733  
CNPJ: 08.778.848/0001-90

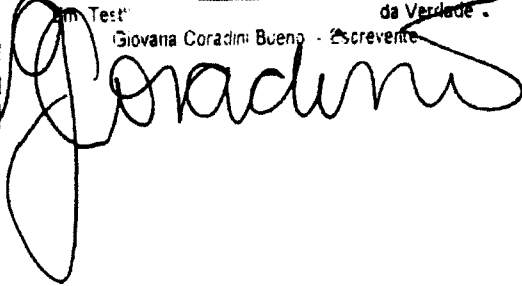
Selo Digital Nº 81Hb1c.91Cj4.57gkL, Controle: 81hd1.7ofD  
Consulte esse selo em <http://funa-pen.com.br>

Reconheço por Verdadeira a firma de DOMINGOS  
PASCOAT PEREIRA DE SOUZA e MARIA ROSA  
HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA \*0037\* 1208469\* Dou fé

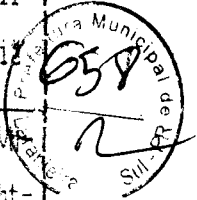
Cascavel-Paraná em 07 de Junho de 2018 - 14:00h

em Teste da Verdade

Giovana Coradini Bueno - Escrevente



2º Ofício de Registro Civil  
3º Tabelionato de Notas  
Maria Paula Fratti-Tabelião  
Fone/Fax: (45) 3224-9416

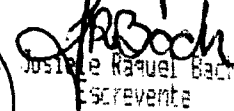


Selo FOLÉC.90490.VI3V  
-1506E.LUED

Valido esse selo em <http://funa-pen.com.br>

Reconheço a firma de  
DOMINGOS PASCOAT PEREIRA DE SOUZA e  
MARI ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA  
na forma VERDADEIRA, Cas-  
cavel-PR, em 06/07/2018 -  
14:15:18h.

Em testemunho da verdade



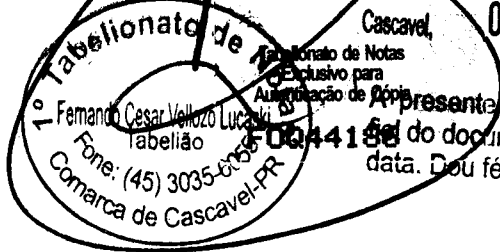
José Riquelme Bach  
Escrevente

(1216048)



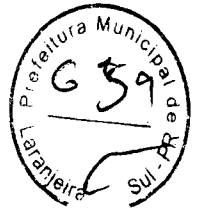
FOTOCÓPIA  
COLORIDA  
3º TABELIONATO DE NOTAS  
Rua Souza Marques, 3755-Centro - Cascavel-PR  
Fone: (45) 3035-6055

Cascavel, 07 AGO. 2018



presente fotocópia é reprodução  
do documento apresentado nesta  
data. Dou fé.





REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
MINISTÉRIO DAS CIDADES  
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO  
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

NOME  
DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA



DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF  
1390714-5 SESP PR

CPF DATA NASCIMENTO  
251.781.139-34 29/03/1959

FILIAÇÃO  
CAROLINO RIBEIRO DE SOUZA  
ROSA PEREIRA DE SOUZA

PERMISSÃO ACC CAT. HAB.  
AC

Nº REGISTRO VALIDADE 1ª HABILITAÇÃO  
00555616202 10/05/2023 08/03/1979

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL  
1598737342



PROIBIDO PLASTIFICAR  
1598737342

OBSERVAÇÕES

ASSINATURA DO PORTADOR LOCAL  
CASCATEL, PR DATA EMISSÃO  
10/05/2018

ASSINATURA DO EMISSOR 09798411255  
PR914481982

PARANÁ

Carteira Original  
Pref. Mun. Laranjeira do Sul





# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

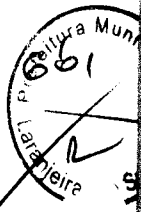
## DIVISÃO DE LICITAÇÃO



### ATA DE ABERTURA, E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO Nº 006/2018. MODALIDADE - CONCORRÊNCIA

**OBJETO: CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITCONAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.**

Aos nove dias do mês de agosto do ano de dois mil e dezoito, às 08:15 (oito horas e quinze minutos), na sala de licitações da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul, sob a Presidência do Senhor Gilson Ferreira Cella, reuniram-se os membros da Comissão Permanente de Licitação, designada pelo DECRETO n.º 004/2018 de 08 de janeiro de 2018, abaixo assinados, para receber os envelopes n.º 01 (Via não identificada do plano de comunicação), n.º 02 (Via identificada do plano de comunicação), n.º 03 (Demais informações – Capacidade de Atendimento) e n.º 04 (Proposta Comercial) referente à Concorrência sob o n.º 006/2018, cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITCONAIS E OFFLINE, ELABORAÇÃO DE MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO.** Consta do processo que várias empresas retiraram o edital e seus anexos. Aberta a sessão pública, iniciou-se o período de credenciamento dos representantes e de recebimento dos envelopes. Foram recebidos os envelopes das empresas: DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA - EPP inscrita no CNPJ sob o n.º 02.930.171/0001-45, sendo credenciado o Sr. Domingos Pascoal Pereira de Souza, BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP inscrita no CNPJ sob o n.º 72.491.186/0001-30 sendo credenciado o Sr. Elvis Candido Lima, N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP inscrita no CNPJ sob o n.º 78.785.276/0001-10, sendo credenciado o Sr. Nilson Silvio Fante, META PROPAGANDA LTDA inscrita no CNPJ sob o n.º 78.846.540/0001-88 sendo credenciado o Sr. Francisco Carlos Maravieski, DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA inscrita no CNPJ sob o n.º 24.811.536/0001-55, sendo credenciado o Sr. Diogo Tamoio Velasque Fedumentti, OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP inscrita no CNPJ sob o n.º 03.979.287/0001-31 sendo credenciado o Sr. Evandro Luiz Barater, HEY PROPAGANDA LTDA - EPP inscrita no CNPJ sob o n.º 10.676.298/0001-08, sendo credenciado o Sr. Paulo Deoclecio Meister, CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA inscrita no CNPJ sob o n.º 04.696.947/0001-30 sendo credenciado o Sr. Manoel Henrique Foltran Teixeira, COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA inscrita no CNPJ sob o n.º 10.660.477/0001-57, sendo credenciado o Sr. Samuel Kruk. Todos os envelopes foram conferidos pela Comissão de Licitação e atestados pelos representantes que estavam lacrados. Os envelopes n.º 02 e 04 foram separados e passados para rubrica no fecho, e acondicionados em uma caixa que foi lacrada e rubricada pelos representantes e permanecerá fechada até a abertura de nova sessão, sob guarda da comissão de licitação. Os envelopes n.º 01 e 03 foram agrupados e misturados entre si. O envelope n.º 01 foi conferido para verificar se não possui nenhuma marca ou sinal que possibilite a identificação da licitante, nos termos do item 9.1.2 do edital, sendo que em nenhum deles havia marcas ou sinais, o que também foi atestado pelos representantes. O sr. Presidente abriu o envelope...



por parte dos representantes. Na sequência os envelopes nº 01 foram acondicionados em uma caixa que foi lacrada e rubricada pelos representantes. O envelope nº 03 foi aberto e rubricado pela Comissão de Licitação e repassado para conferência e rubrica dos representantes, e acondicionado em uma caixa que foi lacrada e rubricada pelos representantes e ficará sob guarda da Comissão de Licitação, que só os encaminhará à subcomissão técnica para análise julgamento após esta devolver com aos respectivos relatórios e ata de julgamento os documentos do envelope nº 01. O Sr. Presidente abriu a palavra para questionamentos e manifestação para os representantes. Nenhum representante se manifestou ou levantou questionamentos quanto aos envelopes nº 01 ou 03 ou quanto à sessão. Realizados os trâmites acima, o Sr. Presidente informou aos presentes que após os procedimentos retro mencionados, será marcada nova sessão para divulgação das notas atribuídas pela subcomissão técnica. Nada mais havendo para tratar, foi encerrada a presente sessão e assinada a presente ata pela Comissão de Licitação e representantes das empresas.

*99*

GILSON FERREIRA CELLA  
PRESIDENTE  
CPF: 581.368.519-72

*noz*

MARIA TEREZINHA SNOZ  
MEMBRO  
CPF: 282.804.589-72

*[Handwritten signature]*

UBIRATAN BEMHUR DE RAMOS  
MEMBRO  
CPF: 072.756.289-45

*[Handwritten signature]*

RENAN LANGER  
MEMBRO  
CPF: 091.267.469-56

DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA – EPP  
CNPJ: 02.930.171/0001-45

*[Handwritten signature]*

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA – EPP  
CNPJ: 72.491.186/0001/30

*[Handwritten signature]*

M. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA – EPP  
CNPJ: 78.785.276/0001-10

META PROPAGANDA LTDA  
CNPJ: 78.846.540/0001-88

DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA  
CNPJ: 24.811.536/0001-55

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP  
CNPJ: 03.979.287/0001-31

HEY PROPAGANDA LTDA – EPP  
CNPJ: 101676298/0001-08

*[Handwritten signature]*



## Raciocínio básico

O direito de ir e vir é um dos direitos básicos de uma democracia. As transformações dos espaços urbanos, fruto do inchaço das cidades, levaram o poder público a discutir cada vez mais o tema da mobilidade como direito fundamental do cidadão não apenas para se locomover, como também para conviver. Segundo o Ministério das Cidades, esse ponto está diretamente relacionado à qualidade de vida e ao desenvolvimento econômico do município. Pesquisa do Instituto Akatu de 2014, ressalta a influência da mobilidade na satisfação dos moradores, pois aponta que a maioria dos brasileiros valoriza o menor tempo de deslocamento para ganhar mais disponibilidade em seus momentos em família. Promover a mobilidade urbana poderá melhorar a vida diária do cidadão e sua relação com a administração pública.

A mobilidade urbana é importante também para a saúde das pessoas, especialmente das crianças que passam várias horas do dia em frente ao monitor do vídeo game. A urbanista e especialista em cidade e infância, Irene Quintáns, afirma que é importante para a saúde da criança que ela trafegue pelas vias públicas a pé, de bicicleta ou de patins a fim de praticar exercícios físicos, conhecer sua cidade e conviver com pessoas diferentes.

Escolhida capital do antigo Território Federal do Iguazu, Laranjeiras do Sul também vivenciou grande crescimento urbano. Isso acarretou muitos problemas urbanísticos e sociais exigindo ações públicas que não foram realizadas no passado e se tornam fundamentais no presente. Um desses problemas é a mobilidade. Empoeiradas nos dias de sol, embarreadas em dias chuvosos, as ruas sem pavimentação dificultam o trânsito de pessoas e veículos, causam estresse, mau humor e distanciamento do poder público.

A partir das informações expostas, a comunicação deve publicizar o compromisso da prefeitura em oferecer melhor mobilidade por meio de um grande projeto de pavimentação, o maior de toda história do município, que influenciará diretamente na vida dos moradores. A comunicação deverá ser feita de forma transparente, informando a cada cidadão como o dinheiro público está sendo investido em seu benefício. Isso é imperioso, haja vista a instabilidade política do país causada pelos escândalos de corrupção na aplicação dos recursos públicos. Pesquisa da Fundação Perseu Abramo na cidade de São Paulo, em 2017, mostra que há um confronto entre população, especialmente da periferia,



público é visto com desconfiança, na aplicação dos recursos e no resultado prático das obras.

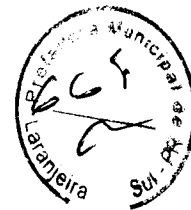
Na comunicação pública, entram em cena o direito e o dever da administração de informar e o direito e o dever do cidadão de ser informado. Infelizmente, este não exerce sua cidadania plenamente. Todo investimento realizado em obras e serviços pode passar despercebido pelo cidadão se não for impactado por mensagens claras e diretas sobre o que está sendo feito em benefício dele. Cabe ao poder público levar a informação até ele. Por esse motivo, a prefeitura precisa informar à população sobre a eficiência da gestão, despertando o reconhecimento pelo trabalho e o engajamento em suas ações, criando o sentimento de corresponsabilidade, despertando o amor pela sua cidade, o orgulho de dizer que vive em uma cidade humana e moderna, mudando o comportamento apático.

E nesse aspecto, o senso comum mostra que pequenas obras não chamam a atenção. Por mais que se invista em serviços de saúde e educação, sempre há reclamações. É preciso algo grande, impactante, que desperte o interesse da população como um todo.

Focar a comunicação no maior programa de mobilidade já realizado no município é o caminho para evidenciar que um novo tempo está sendo vivido em Laranjeiras do Sul. Asfalto, recape e calçamento mudam o panorama, são obras visíveis, melhoram o dia a dia das pessoas, valorizam os imóveis, contribuem para a limpeza das vias urbanas e reduzem os estragos e transtornos causados pelas fortes chuvas, pois as galerias pluviais escoam a água para os córregos evitando o efeito erosivo das enxurradas.

Com base nesse pressuposto, o papel da comunicação é, também, tornar público que a cidade está se tornando um lugar muito melhor para se viver, fazendo acreditar que a administração pública está comprometida com o bem-estar e satisfação de todos que vivem e trabalham na cidade. Como resultado, o grande investimento na pavimentação, quase metade a fundo perdido, deve ser visto por todos como um divisor de águas para a cidade, que oferecerá conforto e segurança nas vias urbanas e mais desenvolvimento econômico com a possibilidade de atração de novos investimentos.

Pela primeira vez, Laranjeiras do Sul receberá um conjunto de obras que proporcionará uma ampla renovação no urbanismo e uma sensível melhora no IDH do município. E a população da cidade precisa e merece ser informada sobre esse momento.



## Estratégia de comunicação publicitária

De acordo com o IBGE, apenas 31,7% dos domicílios urbanos de Laranjeiras do Sul possuíam urbanização, o que compreende a presença da pavimentação, em dados de 2010, data do levantamento. Logo, levar a urbanização a toda cidade é mais que uma obra física, é um legado as futuras gerações que desfrutarão de melhor qualidade de vida que seus ascendentes. É uma evolução que o poder público tem como missão.

O programa de pavimentação de Laranjeiras do Sul não se faz grande devido as dimensões que alcançará e tão pouco pelo grande investimento. Se faz grande pelos benefícios que toda população desfrutará conforme as etapas planejadas sejam completadas. E isso precisa ser comunicado para que os beneficiários tenham percepção e consciência do que está acontecendo em frente a sua casa, na rua ao lado, no seu bairro, em sua cidade.

Para alcançar o objetivo de informar sobre o maior programa de pavimentação da história do município, é necessário despertar o orgulho do cidadão pela cidade e estabelecer o senso de confiança e apoio ao trabalho do poder público municipal. Nessa perspectiva, a prefeitura é responsável por promover uma significativa transformação nas vias públicas e o desafio da comunicação é demonstrar que essa mudança na mobilidade urbana afeta positivamente a vida de todos e é um grande e imprescindível passo para o desenvolvimento da cidade.

Quando se divulga mensagens sobre obras públicas, existe uma ideia comum de que os investimentos não são aplicados de forma transparente. Assim, a comunicação possui o papel de massificar as informações e ampliar o conhecimento da população em relação ao que está sendo feito, mudando esse comportamento que é comum em todo país. Uma gestão pública transparente não apenas gera confiança, como também promove o papel do cidadão na participação e propagação das decisões que envolvem toda a comunidade. Logo, o projeto da administração precisa ser visto como um esforço mútuo – poder público e população, cujo principal objetivo é oferecer uma cidade mais humana e moderna, superando as expectativas das pessoas que vivem em Laranjeiras do Sul e fortalecer o orgulho de ser cidadão de Laranjeiras do Sul ou natural dessa cidade.

Por esse ângulo, a prefeitura de Laranjeiras do Sul e o seu programa de pavimentação possuem dados que devem ser enfatizados na comunicação, como o fato de que



a fundo perdido junto ao Governo Federal, que outra boa parte já está nos cofres municipais e que apenas uma pequena parte será financiada, demonstrando a eficiência da administração municipal na gestão dos recursos públicos.

À vista disso, cria-se a necessidade de uma estratégia de comunicação que aborde todas as questões expostas e, conseqüentemente, incentive o cidadão a valorizar a ação da prefeitura. Para que tal finalidade seja alcançada, serão utilizadas mídias tradicionais e inovadoras, explorando a comunicação de massa e as novas tecnologias para divulgar o programa de pavimentação aos mais diversos públicos de Laranjeiras do Sul, sua área de influência e ampliando o raio de alcance para atrair investimentos.

Para Manoel Reis, coordenador de projetos da FGV, os planos de mobilidade devem ser desenvolvidos de forma transparente para garantir que as necessidades da sociedade sejam atendidas. Assim, torna-se fundamental que a Prefeitura de Laranjeiras do Sul comunique com clareza e objetividade os benefícios do maior programa de pavimentação, pois essa mudança afetará a rotina de seus munícipes durante o período de obras.

A realidade é que a prefeitura está realizando a maior obra de todos os tempos em uma iniciativa para elevar a autoestima da população e proporcionar felicidade a todos. Para reforçar esse partido temático, foi criado o conceito "Cidade pavimentada, felicidade estampada". Para isso, o uso de imagens de pessoas felizes e informações que ressaltam o trabalho realizado como algo duradouro, transparente, lícito e efetivo, refletirá em toda a comunidade, estampando a felicidade nos rostos de jovens, adultos e idosos, com as ações programadas para o mês de setembro conforme planilha de programação para cada ação. Esse esforço exigirá o uso inteligente, eficaz e parcimonioso dos meios de comunicação. Vivemos uma era que rivaliza o antigo e o novo jeito de comunicar. É preciso saber explorar o que cada meio pode oferecer, maximizando o investimento e obter resposta positiva à comunicação.

Nem todos assistem TV, nem todos acessam a internet, os meios impressos não morreram, a mídia extensiva oferece novas opções e as particularidades da cidade permitem ações simples que poderiam ser vistas como antiquadas, mas são eficazes justamente por essas particularidades.

As plataformas digitais, ou seja, as redes sociais, são de fundament...





a mensagem chegue ao cidadão. O hábito de assistir multtelas simultaneamente não que o tradicional e a novidade se completam. Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Google e os blogs são canais de informação acessíveis a qualquer hora do dia e em qualquer lugar onde haja serviço de internet. Recente pesquisa do IBGE mostra que o número de residências com acesso à internet cresceu 445% desde 2005, saltando de 13,6% para 58,8% em 2017. Vale frisar que as mulheres são as mais conectadas, com 65,5% do total. Mesmo assim, é um índice baixo em relação a outros países. Nas Américas, a média é de 64,4% e na Europa, 84%. Do total 64,7% de pessoas que declaram acessar a internet, 94,6% o fazem para trocar mensagens por aplicativos de bate-papo e 76,4% assistem programas, séries e filmes.

Blogs e aplicativos permitem a divulgação de conteúdo em diferentes formatos, ideais para disseminar conteúdos relevantes que visam iniciar, acalorar e ampliar debates acerca de ações que podem beneficiar ou prejudicar parcelas da população. Não há como deixar de fora as plataformas digitais quando o assunto é de interesse público.

Apesar do crescimento exponencial da internet no Brasil e a democracia das redes sociais, há um universo composto por mais de 63 milhões de brasileiros que não acessam a internet, porque não se interessam ou porque não têm habilidade com a tecnologia ou porque não podem pagar pelos serviços, que é motivo de reclamação pela qualidade oferecida pelas operadoras, especialmente no interior do país.

Diante dessa realidade, se torna imprescindível o uso da TV aberta como meio de difusão das mensagens. A mais poderosa e eficaz das mídias cobre 97% dos domicílios no Paraná e chega a quase 200 milhões de brasileiros. Em cidades do interior, assistir TV continua sendo um programa da família, ainda mais em tempos de crise onde o cidadão precisa cortar gastos com lazer, como indica pesquisa da CNDL publicada em 23 de julho deste ano, onde 83% dos consumidores fizeram cortes nos gastos no primeiro semestre de 2018 para driblar crise e 61% cortaram ou reduziram refeições fora de casa.

Por outro lado, o rádio se moderniza para continuar sendo parceiro do cidadão, seja em casa, seja no trabalho, seja no veículo nos trajetos diários, seja nos aplicativos para smartphones. A instantaneidade e gratuidade, assim como a TV aberta, fortalecem o rádio como meio de publicização de ações governamentais, principalmente...



emissoras comunitárias realizam bem esse papel, pois possuem uma programação aberta ao debate de questões públicas, sendo esse um dos motivos de sua existência.

Outro meio de massa, o jornal imprime conceito as campanhas e mantém a informação por mais tempo podendo ser lido no dia em que foi editado, no dia seguinte, na semana vindoura, sendo preferido por pessoas de mais idade, geralmente formadores de opinião, que contribuem para o debate sobre as ações realizadas pela esfera pública municipal.

A mídia extensiva, ao ar livre, apresenta formatos tradicionais, como os painéis de outdoor, e tecnológicos, como telões de LED, que reproduzem imagens com alta resolução. Ambos despertam a atenção do transeunte 24 horas ao dia, exibindo a mensagem continuamente.

É preciso dosar o investimento corretamente para cada meio e veículo para que a verba disponível seja aplicada com responsabilidade e eficiência. Dessa forma, é preciso utilizar o tradicional e o novo, promovendo uma comunicação integrada que possa impactar cada cidadão conforme o hábito de buscar informação que cada um possui e, também, aqueles que não são tão ligados com o que acontece em seu entorno, sendo este o que mais precisa ser impactado.

Com essas alternativas, tradicionais e inovadoras, o sentido da comunicação integrada é despertar o cidadão para o que está acontecendo ao seu redor por meio de uma campanha criativa, inclusiva, massificada, tornando-o sensível ao trabalho da prefeitura.

Todas as peças para todos os meios apresentam a assinatura que relembra o passado glorioso da cidade e indica o seu futuro promissor: "Avançar é a nossa história". Um slogan forte que mostra a força da gente de Laranjeiras do Sul na constante busca pelo desenvolvimento incentivado por uma gestão pública eficiente.

Esse esforço de comunicação integrada, utilizando os meios de comunicação tradicionais e as novas tecnologias digitais e eletrônicas como canais entre o poder público e a população, conquistará o apoio ao trabalho da administração, além de fomentar o desenvolvimento do município, criando um ambiente propício a novas conquistas com a efetiva participação daqueles a quem as ações da municipalidade geram um círculo virtuoso de progresso e inclusão, os cidadãos de Laranjeiras do Sul.

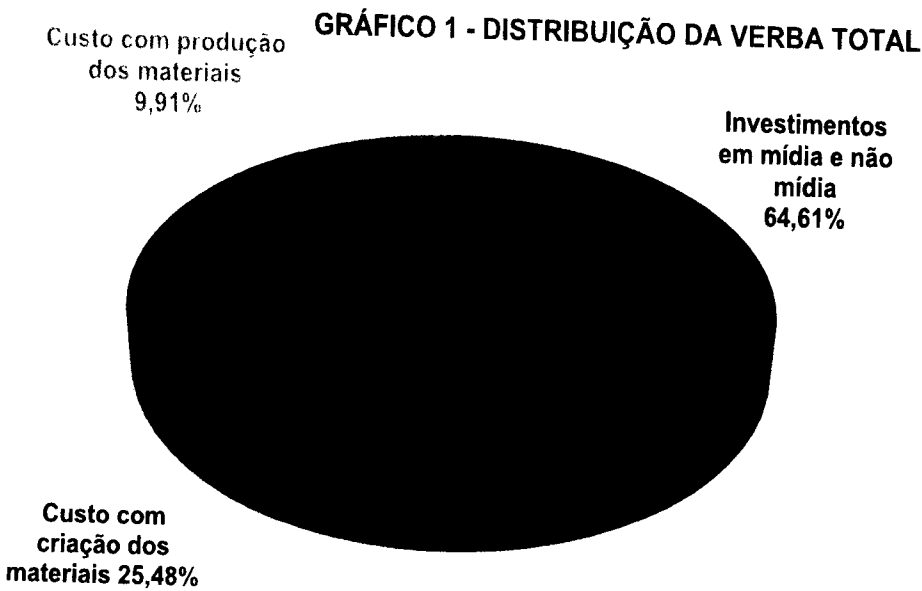


### Estratégia de mídia e não mídia

O público-alvo primário a ser atingido é a população de Laranjeiras do Sul, das classes ABCDE, num total estimado de 32.379 habitantes, a grande maioria na cidade, segundo dados do IBGE de 2017. O maior contingente populacional está nas classes CDE, haja vista dados do IBGE de 2016 que apontam rendimento médio do trabalhador de dois salários mínimos. O público secundário é a população de cidades vizinhas que orbitam em torno da cidade polo e tem nela recursos de saúde, justiça, educação, bens e serviços.

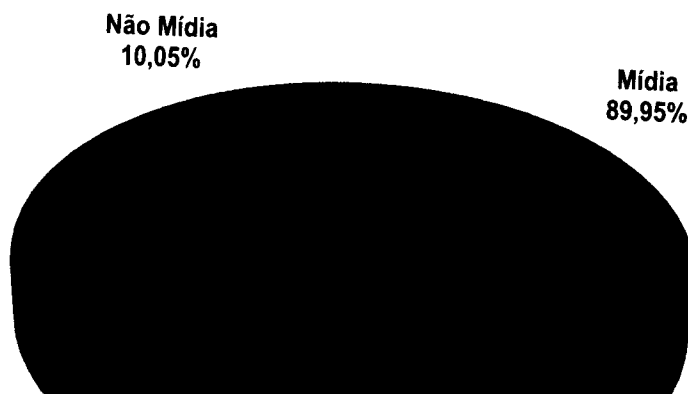
A campanha terá a duração de quatro semanas no mês de setembro, no período de 03 a 30, e utilizará as mídias mais acessadas pela população local, que possui hábitos e gostos bem diferentes do que mostram as pesquisas de consumo de mídia realizadas em nove capitais onde as realidades são bem diferentes. Como cidade do interior, Laranjeiras do Sul tem hábitos singulares que devem ser considerados para o êxito das ações planejadas.

O valor disponível para as ações é de R\$ 146.305,60 utilizada para programar veículos locais e regionais de mídias tradicionais, novas formas de comunicação, serviços de criação e produção conforme mostra o gráfico 1.



O valor utilizado para mídia e não mídia é de R\$ 94.531,60, como mostra o gráfico 2.

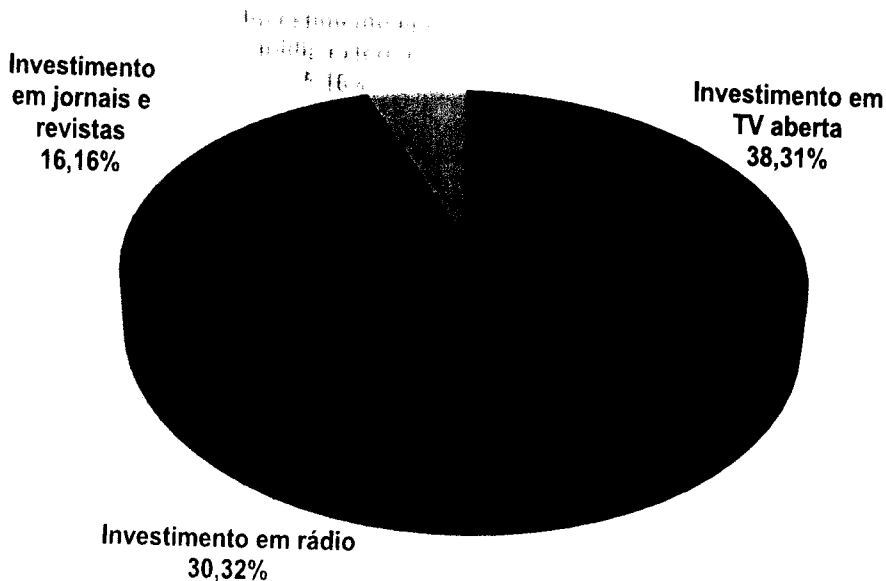
**GRAFICO 2 - DISTRIBUIÇÃO DA VERBA EM MÍDIA E NÃO MÍDIA**



O valor destinado para difusão dos materiais em diferentes meios tradicionais é de R\$ 85.033,60, conforme o gráfico 3.

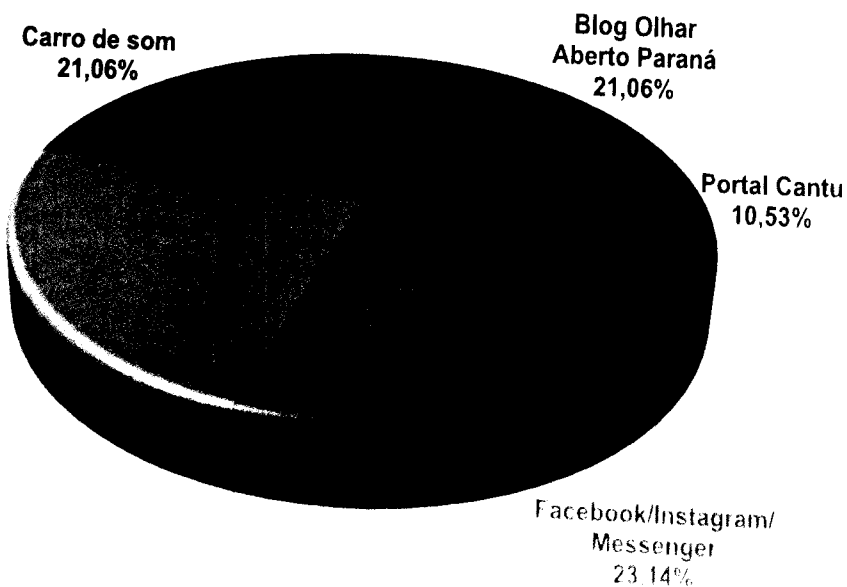


GRÁFICO 3 - DISTRIBUIÇÃO DA VERBA DE MÍDIA



O valor destinado para não mídia é de R\$ 9.498,00, está distribuído conforme o gráfico 4.

GRÁFICO 4 - DISTRIBUIÇÃO DE VERBA NÃO MÍDIA



### Televisão aberta

Um programa urbanístico inédito na cidade, em condições extremamente vantajosas ao contribuinte municipal e de tamanha grandeza não pode, e nem deve, deixar de ser veiculado na mais poderosa das mídias. Mesmo com as novas formas de comunicação, a TV aberta continua sendo o poderoso meio de massa, que cria conceitos e gera forte impacto a quem assiste aos programas, especialmente os telejornais.



Tarobá/Band, criará um clima de atratividade para que empresas que planejam expansão coloquem Laranjeiras do Sul no radar.

A emissora da RPCTV em Guarapuava cobre uma área composta por 23 municípios, entre eles, Irati, Pitanga, União da Vitória, além da sede e de Laranjeiras do Sul. A área possui população de 626.785 habitantes em um universo de 197.238 domicílios com TV, perfazendo um índice de potencial de consumo de 0,255%. Da audiência da emissora, 70% são compostos por público a partir dos 25 anos.

A TV Tarobá, afiliada da Band, possui uma grande área de cobertura que se estende por 160 municípios, entre eles, Cascavel, Foz do Iguaçu, Toledo, Umuarama, Guarapuava, Pato Branco, Francisco Beltrão, Palmas e Paranaíba, além de Laranjeiras do Sul. A população estimada é de aproximadamente 1,5 milhão de pessoas.

As duas emissoras foram escolhidas devido às audiências consolidadas em suas cidades sedes, qualidade do sinal em Laranjeiras do Sul e na área de cobertura, onde são referências as classes empresariais, e pelo custo/benefício do investimento. Ao conhecer o trabalho da prefeitura para dotar a cidade de infraestrutura de qualidade, donos e diretores de empresas poderão abrir um novo negócio ou implantar uma filial da empresa em Laranjeiras do Sul, gerando empregos, renda e tributos.

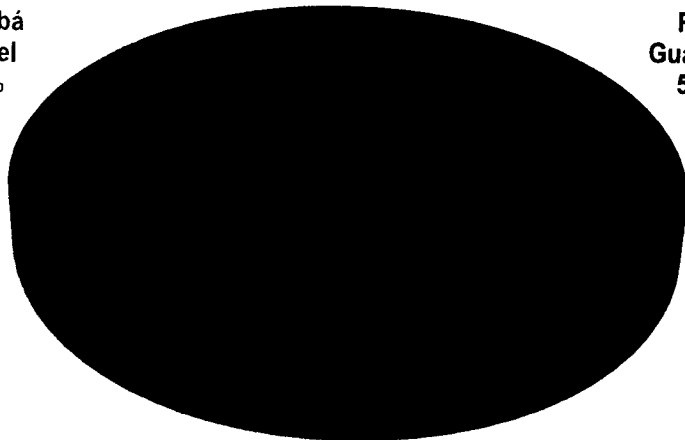
A emissora da RPC ficará com valor maior de investimento pela qualificação da audiência de sua programação. Os programas selecionados estão entre os de maior audiência individual e atinge todos os públicos que se quer impactar num total de 20 inserções. São programas jornalísticos e de entretenimento que atingem tanto o público feminino – em maior número – quanto o masculino, com alta audiência para o horário em que são exibidos. Na TV Tarobá, foi selecionado o Jornal Tarobá 1ª Edição, jornal com notícias regionais que possui boa audiência e um custo acessível.

A distribuição da verba de R\$ 36.213,00 do meio TV para as duas emissoras está demonstrada no gráfico 5.

GRÁFICO 5 - DISTRIBUIÇÃO VERBA TV ABERTA

TV Tarobá  
Cascavel  
41,75%

RPCTV  
Guarapuava  
58,25%



No filme, uma apresentadora mostrará as obras em estilo de reportagem para chamar a atenção do telespectador e conferir mais credibilidade ao trabalho da prefeitura com imagens reais das obras.

enfocados. Material a ser produzido em alta definição, com qualidade 4K, por empresa especializada.

A campanha terá início com a primeira veiculação no dia 02 de setembro, domingo, no programa Fantástico. Em seguida, as ações serão desencadeadas pelos outros veículos. O principal investimento será em TV aberta devido à força dessa verdadeira mídia de massa, audiência e área de cobertura.

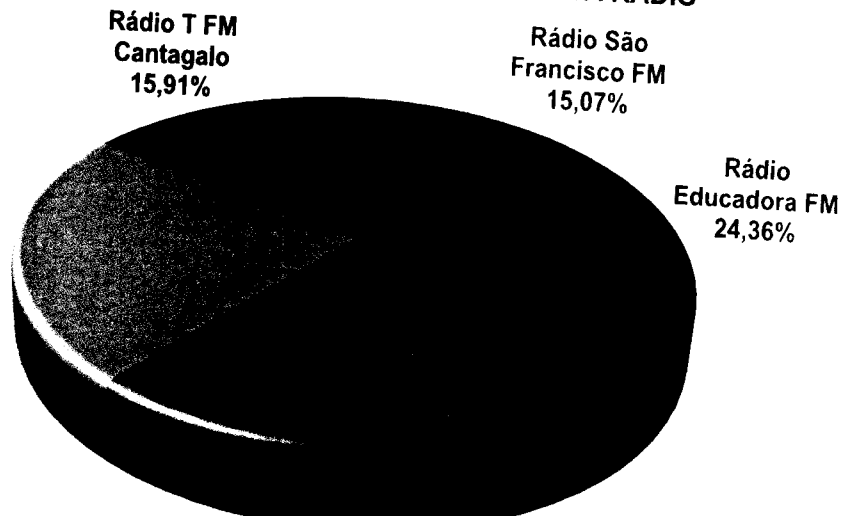
### Rádio

Em Laranjeiras do Sul, o rádio tem forte identificação com a comunidade. São quatro emissoras locais – Educadora, Campo Aberto, Líder Sul e São Francisco - esta comunitária, que mesclam entretenimento com informação e prestação de serviços. As duas primeiras possuem décadas de atuação e passam por mudanças motivadas pelas novas tecnologias. A Educadora, após 50 anos, deixou a faixa AM e migrou para a FM, no prefixo 103,9MHz. A Campo Aberto, fundada em 1990, que opera em 1.020KHz, está em processo de mudança para a frequência modulada no prefixo 94.1MHz onde já está no ar em caráter experimental concomitantemente com a frequência AM. Educadora e Campo Aberto têm fortes laços com a cidade transmitindo credibilidade nas ondas do rádio e em seus portais da internet onde é possível apreciar a programação ao vivo em qualquer lugar do mundo. A FM Comunitária São Francisco, que opera no bairro do mesmo nome, pode ser sintonizada em 87,9MHz e está no ar há 16 anos com audiência interessante pelas suas limitações. A Líder Sul, em 106,7MHz, é mais recente, de 2009, e já conquistou público fiel com grande área de atuação e seu portal na internet. Da mais antiga à mais nova, as quatro emissoras possuem respeitada audiência dado ao hábito da população de se informar sobre os acontecimentos locais, pedir música, solicitar ajuda, enviar notícias ao parentes, solicitar, reclamar ou elogiar serviços públicos.

No rádio, a campanha começa no dia 03. Serão 601 inserções distribuídas em 24 dias de veiculação. As emissoras locais veicularão 144 inserções cada mostrando equidade nos investimentos e permitindo massificar a divulgação dos spots. A emissora da cidade vizinha, dado o valor da inserção, receberá um número menor, 25, por serem determinadas no programa de maior audiência.

A distribuição da verba de R\$ 28.665,60 do meio rádio para as duas emissoras está demonstrada no gráfico 6.

GRÁFICO 6 - DISTRIBUIÇÃO VERBA RÁDIO





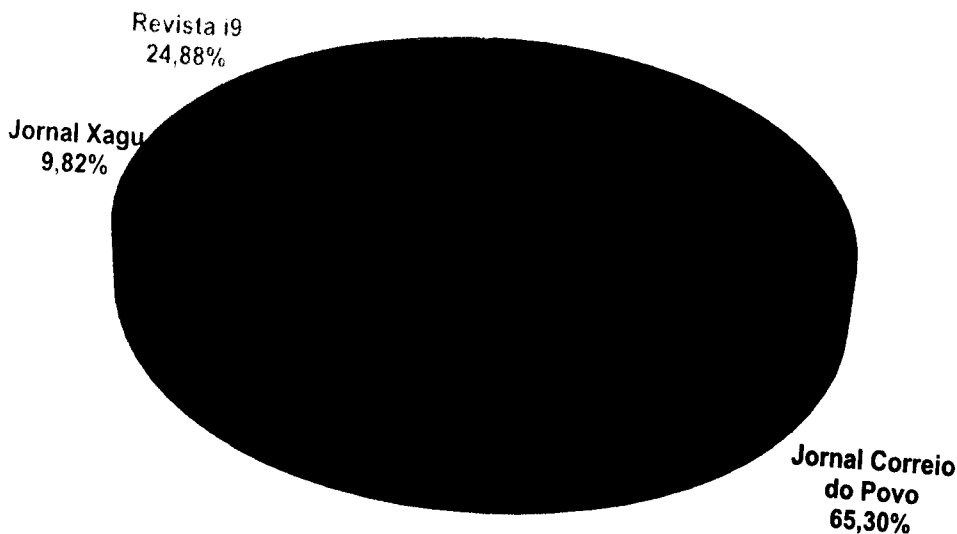
a grandeza do programa, a informação dos valores a fundo perdido, o total da área a ser beneficiada, estratificando em ruas e quadras, o novo jeito de administrar a cidade, que é o de mais realizações com menos dívidas, e, no final, o slogan e identificação da prefeitura municipal. Na semana seguinte, de 10 a 15 de setembro, segunda a sábado, um novo spot com dados do programa, o mote da campanha e a informação dos locais que já foram e estão sendo beneficiados, como o Loteamento Bancários, Monte Castelo, Água Verde, Vila Palmeiras e Jardim Panorama, por exemplo, para situar o cidadão das obras já realizadas e fazê-lo despertar para a nova realidade que pode estar bem em frente à casa dele, números sobre investimento e área beneficiada e encerra com slogan e identificação da prefeitura municipal. Nas duas semanas seguintes, que completa o período de ações, esses dois spots serão veiculados em rodizio diariamente para que as informações sejam massificadas e inculcadas na mente dos ouvintes, em especial, os beneficiados diretos pelo inédito programa. Cada spot será gravado por locutor diferente, em estilo vibrante para se destacarem em meio às outras mensagens comerciais. Os mesmos spots serão veiculados da mesma forma em uma emissora de cidade vizinha que prima pelo humor, a Rádio T FM de Cantagalo. As inserções nessa emissora serão em menor número e determinadas no programa das 18 horas – Bolicho – que tem grande audiência diariamente de um público cativo. A veiculação nessa emissora será de segunda a sexta, uma vez que o programa não é exibido aos sábados, perfazendo quatro semanas como nas rádios locais.

#### Mídia impressa

O meio impresso passa por grandes transformações com o advento da era digital. Ainda que muitos tenham decretado sua morte, a mídia impressa continua a transmitir credibilidade as campanha permitindo uma visualização detalhada do anúncio e da mensagem proposta. Jornais e revistas são mídias importantes na massificação de mensagens, pois têm vida longa, podendo ser lidos dias após sua publicação mantendo vivo o anúncio nos diferentes formatos que abarcam.

A distribuição da verba de R\$ 15.275,00 da mídia impressa está demonstrada no gráfico 7.

GRÁFICO 7 - DISTRIBUIÇÃO VERBA MÍDIA IMPRESSA





A utilização do tradicional jornal local – Correio do Povo – tem a finalidade de impactar o leitor fiel que se preocupa com o dia a dia de sua cidade. O jornal tem tiragem declarada de 6.000 exemplares, circulação de terça a sábado em 23 municípios da região que, juntos, possuem uma população de 300 mil habitantes. A publicação do mesmo anúncio no jornal Xagu, de Rio Bonito do Iguaçu, visa informar moradores de cidades vizinhas que têm em Laranjeiras do Sul o centro de atração de serviços e comércio. No anúncio, o dado principal sobre a quantidade de metros quadrados a serem pavimentados é apresentado em três dimensões, em forma de ruas sinalizadas, denotando o resultado da ação que é a urbanização e melhor mobilidade da população. Um pequeno texto abaixo, explica o que isso representa para a cidade e para o cidadão. A imagem de um local da cidade já pronto, atesta que o programa é real. A imagem de um casal de moradores locais humaniza o anúncio e mostra um dos efeitos do trabalho da prefeitura, a felicidade pelo benefício recebido. O material é complementado por destaques gráficos para informar a dimensão do programa, o valor investido, o percentual obtido a fundo perdido, a área a ser beneficiada, slogan e marca da administração. As cores da identidade visual da prefeitura de Laranjeiras do Sul são utilizadas gerando contraste e destacando a peça. A repetição do anúncio em ambos os jornais se faz necessária para massificação das informações.

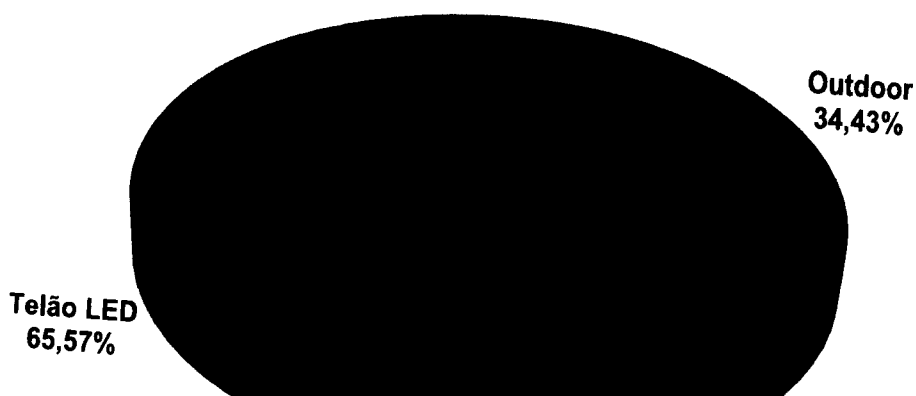
Revista - Em Laranjeiras do Sul é editada a Revista i9, com informações da cidade, dos eventos sociais, culturais, esportivos e artísticos atraindo a atenção de uma grande parcela de leitores, em especial dos mais jovens, que se identificam com o perfil editorial. De periodicidade mensal, a revista circula em nove municípios da região de Laranjeiras do Sul, com tiragem de 3.200 exemplares, no formato vertical de 10x30cm em papel couchê, que são distribuídos gratuitamente. Nessa revista, um anúncio de página dupla, com o mesmo conceito do anúncio do jornal, readequado ao formato da publicação, que tem proporções muito próximas.

#### Mídia Exterior

Com forte presença nas ruas, alta visibilidade por quem está andando ou dentro de um veículo, a mídia extensiva é um meio que participa diretamente da paisagem urbana do cotidiano das pessoas. O anúncio em outdoor atinge diversas camadas sociais e no planejamento da cobertura dos locais é possível direcionar o principal público para reforçar abundantemente a marca ou produto anunciado.

A distribuição da verba de R\$ 4.880,00 da mídia exterior está demonstrada no gráfico 8.

GRÁFICO 8 - DISTRIBUIÇÃO VERBA MIDIA EXTERIOR







Serão utilizados cinco painéis da empresa local Mesquita e Bertuol, que oferece pontos estratégicos, de grande fluxo de pessoas e qualidade no material produzido para exibição, entre os dias 03 e 16 de setembro. Esse formato de 32 folhas exige pouca e direta informação para ser visualizada rapidamente.

Dois telões de LED, um medindo 5x2m e outro 4x2m, instalados em locais centrais da cidade, com grande fluxo de pessoas, impactarão os transeuntes e motoristas, locais e visitantes, com filme produzido para TV aberta em versão legendada e em formato e resolução apropriados.

A prefeitura municipal dispõe de um painel próprio, de 4x2 metros, na Praça José Nogueira do Amaral (um dos primeiros habitantes não índios da região), situada em área central, onde está o Parque do Laranjinha. Nesse painel, com frente para a Rua XV de Novembro, será instalada uma lona com o mesmo conceito do anúncio do outdoor redimensionado para as medidas necessárias. A lona, com durabilidade para até quatro anos, terá a mesma função do painel de outdoor, com excelente visualização, pois o local é polo de lojas, agências bancárias, agência dos Correios e restaurantes, com grande fluxo de pessoas.

#### Internet

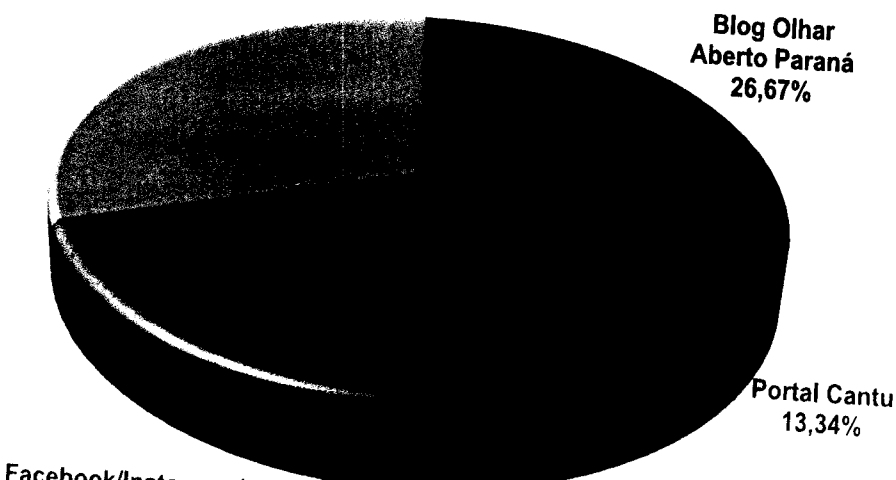
Estar conectado é uma condição normal para jovens e muitos adultos. Em uma pesquisa divulgada em fevereiro deste ano pelo IBGE, o Brasil possui mais de 116 milhões de pessoas conectadas à internet. As mulheres estão mais conectadas, 65,5% do total, enquanto que os homens são 63,8%, e o principal aparelho utilizado é o celular.

O planejamento on-line se torna imprescindível ao considerar sua facilidade de acesso, variedade de público – entre idade e gênero – e propagação orgânica da informação, sendo que as mídias sociais possuem tanta relevância quanto os portais de informação. Neste caso, serão utilizadas todas as possibilidades oferecidas pelo Facebook, Instagram, Messenger, Google, YouTube, WhatsApp, blogosfera local e o próprio Portal da Prefeitura que poderá ter um aumento no número de acessos.

As redes selecionadas privilegiam o uso inteligente da verba, para maximizar as impressões e o alcance com valores baixos, ou seja, maximizando cada real investido.

A distribuição da verba de R\$ 7.498,00 das plataformas digitais está demonstrada no gráfico 9.

GRÁFICO 9 - DISTRIBUIÇÃO DA MÍDIA REDES SOCIAIS





Facebook – Segundo informações do Mídia Dados 2017, o Facebook é a rede social de mais audiência no Brasil, com 72% de acessos no computador tradicional e 87% no mobile. É a segunda maior audiência na internet, atrás apenas do Google, com mais de 72 milhões de acessos únicos e média de 16min30seg por visita. Diante de números expressivos, a rede possibilita a gestão de marca com fluxos horizontais, transversais e verticais ascendente entre pessoas e delas para as corporações e setores governamentais, possibilitando uma comunicação humanizada, estratégica e com resultados on e off-line. Além de ser fácil de usar, a rede social também possui mais variedade nos formatos de publicações. Pensando nisso, será realizada uma publicação central em formato de canvas vídeo para explanar todo o processo de pavimentação, recape e asfaltamento do município de Laranjeiras do Sul. Também serão feitas publicações em outros formatos, como: vídeo feito para TV aberta; carrossel composto por seis imagens que remetem à obra e a moradores beneficiados com dados do programa; imagens estáticas do carrossel acompanhadas de legendas em seis publicações à parte de sete dias cada, uma para cada imagem; canvas com imagens estáticas e vídeo por 28 dias. Empresários da cidade e do campo, profissionais da saúde, profissionais liberais, estudantes, professores, donos de pequenos comércios e donas de casa estão entre o público a ser alcançado pelas publicações.

Messenger - O Facebook abriu as portas do Messenger aos anunciantes em 2017 para enviar material publicitário aos mais de 1,2 bilhão de usuários em todo mundo. Os mercados da Austrália e da Tailândia foram os primeiros a experimentar essa nova experiência. Depois dos testes, essa oportunidade está disponível no Brasil com três possibilidades de uso dessa plataforma, que pode ser acessada apenas no mobile, segundo o Facebook: anúncios de destino ou destination ads: - estão localizados na timeline e com o propósito de incentivar o envio de mensagens para a sua página pelo público que você segmentar; mensagens patrocinadas - são anúncios enviados direto para a caixa de entrada do Messenger do público segmentado que tenha entrado em contato com a marca antes; banners - posicionados na página inicial do Messenger, apenas no aplicativo mobile. Na campanha, utilizaremos a última opção, a partir dos materiais do Facebook. As publicações serão patrocinadas para alcançar o maior número de pessoas na área delimitada, com faixa etária entre 13 e 65 anos e acima. Dados do próprio Facebook mostra que em Laranjeiras do Sul, e expandido para um raio de 40Km, existe um potencial de 57 mil pessoas que acessam a rede.

Instagram - Dados do Instagram mostram que o Brasil é o segundo maior adepto da rede, com 50 milhões de usuários ativos mensais em um universo de 800 milhões no mundo todo. Pesquisa realizada em 2017 pela consultoria Kantar TNS mostra que 75% dos brasileiros que possuem conexão à internet usam o Instagram. Isso confere ao Brasil o título de "país social". A grande penetração de smartphones propiciou esse acesso pela facilidade e praticidade de uso. Um dado que chama a atenção é que 57% dos internautas com idades entre 55 e 65 anos utilizam a rede social que antes era dominada por jovens, mostrando uma mudança comportamental. Outra informação muito importante é que o público mais jovem, na faixa etária dos 16 aos 24 anos, o que representa 40% do público, afirmaram confiar mais no que as pessoas publicam on-line sobre marcas do que em fontes "oficiais", sites das marcas ou mídia tradicional. Diante dessa realidade, marcas, instituições e governos viram no stories uma forma eficaz de

patrocínio está na divulgação da conta, gerando engajamento com curtidas, comentários e o principal, aumentar o número de seguidores. Será publicado o vídeo da TV aberta adaptado ao formato exigido que será publicado e patrocinado. Uma vez por semana, será publicada e patrocinada uma foto utilizada no Facebook.

Juntos, Facebook, Instagram e Messenger, têm potencial de alcance de 980.000 impressões durante toda campanha.



Google - O maior buscador do mundo também possui sua própria plataforma de anúncios patrocinados. A plataforma do Google oferece diferentes tipos de anúncios e, para obter resultados maximizados, foram escolhidos os anúncios em rede de display, rede de pesquisa e vídeo, em formatos aceitos pelas plataformas. Utilizaremos três modalidades: Display - Os anúncios em display são anúncios gráficos e visuais com as artes propostas exibidos em sites e blogs de terceiros. Levando em consideração que o objetivo dos anúncios em questão é demonstrar as ações realizadas pela prefeitura no programa de pavimentação, essa ferramenta é perfeita, pois com ela podemos exibir em sites e blogs diversos na área delimitada - Laranjeiras do Sul e cidades vizinhas - imagens e textos com as informações desejadas, como o valor investido no programa e outras que remetam ao ineditismo do programa.

YouTube - Hoje, o YouTube é o segundo maior buscador, ficando atrás somente do Google, sendo assim uma ótima ferramenta para exibição de anúncios. Com ela, podemos exibir o vídeo produzido para TV aberta.

Busca - Os anúncios de busca são os realizados dentro da ferramenta do Google, quando pesquisamos por assuntos do município ou o site da prefeitura, por exemplo. Destinamos um valor menor para essa categoria, focado em palavras relacionadas ao programa de pavimentação.

Blog - Meio eficaz para disseminar a informação ao público local. Nesse contexto, o blog Olhar Aberto Paraná é uma excelente opção devido ao formato e o conteúdo político. Um link em formato de anúncio direcionará o internauta ao filme produzido para TV aberta publicado no YouTube.

Portal - O Portal Cantu é um tradicional canal e comunicação digital com grande visualização e com conteúdo direcionado aos municípios situados entre os rios Piquiri, Cantu e Iguaçu. Nesse portal, um super slide com a proporção de 1240x300 pixels será utilizado em rodízio na home para disseminar a informação do maior programa de pavimentação da história de Laranjeiras do Sul para a região.

Carro de som - Outro meio eficaz, de acordo com os hábitos locais, são os carros de som que percorrerão ruas e avenidas do centro e dos bairros de Laranjeiras do Sul divulgando o programa de pavimentação por meio dos spots veiculados nas emissoras de rádio no total de 40 horas de serviço, sendo duas horas diárias. Com esse tempo, o veículo circulará pela cidade toda levando as mensagens sem ocasionar reclamações pela presença em um determinado local por muito tempo.

Portal da Prefeitura - A campanha também será divulgada no site por meio de banners que irão auxiliar na disseminação do conteúdo com...



o de enviar e receber mensagens instantâneas. Recentemente, uma determinação judicial deixou o aplicativo fora de uso por dois dias ocasionando uma verdadeira pane nas comunicações interpessoais. Trazendo para a realidade local, a rede de contatos dos servidores municipais é uma forma eficaz de envio dos materiais desenvolvidos dentro das novas regras da rede que é o de encaminhamento. O vídeo para TV aberta e artes para a plataforma Google poderão ser enviadas em tempo de espaço que não ocasione bloqueio de contato por uso excessivo do aplicativo.

Cartaz - A afixação de cartaz no formato A3 em próprios públicos, como escolas e unidades de saúde, associações de moradores que autorizarem, órgãos públicos de outras esferas e locais públicos, na cidade, nos dois distritos e interior. A ação pode ser feita pelos próprios servidores, nos deslocamentos de carros oficiais para os locais, sem custo de mão de obra, permitindo a comunicação direta com o cidadão que utiliza os serviços oferecidos pela municipalidade e despertando comentários e apoio. O cartaz vai reproduzir o anúncio veiculado em jornal, adaptado ao formato A3, proporcionando a quem não tem acesso a mídia impressa o contato com a informação. A impressão de 200 unidades será suficiente para distribuição nos locais sugeridos.

Como pode se perceber, a estratégia proposta cercará o cidadão em uma comunicação integrada, eficaz, de fácil entendimento permitindo que ele seja impactado pelas mensagens de alguma forma, seja por mídia tradicional, seja por novas tecnologias, seja por não mídia, maximizando a verba disponibilizada, com o objetivo de informar e formar opinião construtiva dos públicos primários e secundários acerca do maior programa de pavimentação e mobilidade urbana da história de Laranjeiras do Sul.

Os valores aplicados em diferentes meios, veículos e plataformas seguem uma distribuição técnica correta. As planilhas a seguir detalham as ações a serem realizadas com valores, absolutos e proporcionais, datas e peças. Planilhas individualizadas para cada veículo permitem uma visão detalhada da estratégia concebida.

Resumo distribuição da verba total utilizada

Mídia e não mídia	R\$94.531,60	64,61%
dos materiais	R\$37.280,00	25,48%
dos materiais	R\$14.494,00	9,91%
<b>Total:</b>	<b>R\$146.305,60</b>	<b>100,00%</b>

Resumo distribuição da em mídia e não mídia

	R\$85.033,60	89,95%
	R\$9.498,00	10,05%
<b>Total:</b>	<b>R\$94.531,60</b>	<b>100,00%</b>

Resumo distribuição da verba por meios

TV aberta	R\$36.213,00	42,59%
em rádio	R\$28.665,60	33,71%
inais e revistas	R\$15.275,00	17,96%
mídia exterior	R\$4.880,00	5,74%
<b>Total:</b>	<b>R\$85.033,60</b>	<b>100,00%</b>

Distribuição de verba TV aberta

	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
puava	R\$21.093,00	58,25%	20	Filme	30seg	02 a 21/09
scavel	R\$15.120,00	41,75%	9	Filme	30seg	03-05-07-10-12-14-17-19-21/09
<b>Total:</b>	<b>R\$36.213,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>29</b>			

Distribuição de verba rádio

	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo	Período
co FM	R\$4.320,00	15,07%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
ra FM	R\$6.984,00	24,36%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
arto AM	R\$6.048,00	21,10%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
IFM	R\$6.753,60	23,56%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
agalo	R\$4.560,00	15,91%	25	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
<b>Total:</b>	<b>R\$28.665,60</b>	<b>100,00%</b>	<b>601</b>			<b>03 a 07 - 10 a 14 - 17 a 21 - 24 a 28</b>



ção de verba meios impressos

	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
Povo	R\$9.975,00	65,30%	3	Anúncio	Página/Cor	5-12-19/09
gu	R\$1.500,00	9,82%	2	Anúncio	Página/Cor	6 e 20/09
Total:	R\$15.275,00	24,88%	1	Anúncio	Página dupla/Cor	Edição de setembro
			6			

ção de verba mídia exterior

	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
Bertuol Ltda.	R\$1.680,00	34,43%	6	Anúncio	9x3m	03 a 16/09
Total:	R\$4.880,00	100,00%	14.400	Filme Legendado	30seg	03 a 30/09
			14.406			

ção de verba não mídia

	Valor	Percentual	Impressões	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
Paraná	R\$2.000,00	21,06%	180.000	Banner com link	200x200pixels	03 a 30/09
essenger	R\$1.000,00	10,53%	300.000	Super slide	1240x300pixels	03 a 30/09
YouTube	R\$2.198,00	23,14%	800.000	Anúncio/Vídeo	Diversos	03 a 30/09
	R\$2.300,00	24,22%	6.000.000	Banner com link	Arte	03 a 30/09
Total:	R\$9.498,00	21,06%	40	Spot	60seg	03 a 07 e 10 a 14/09
		100,00%	7.280.040			



Forma de distribuição da verba de mídia e não mídia

Descrição	Valor	Percentual	Quantidade	Peça	Tempo/Formato	Datas/Periodos
Radio FM	R\$4.320,00	4,57%	144 Inserções	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
FM	R\$6.984,00	7,39%	144 Inserções	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
Radio AM	R\$6.048,00	6,40%	144 Inserções	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
FM	R\$6.753,60	7,14%	144 Inserções	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
Diário	R\$4.560,00	4,82%	25 Inserções	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
	R\$1.680,00	1,78%	6 Painéis	Anúncio	9x3m	03 a 07 10 a 14 - 17 a 21 - 24 a 28
	R\$3.200,00	3,39%	14.400 Inserções	Filme legendado	30seg	03 a 16/09
	R\$2.000,00	2,12%	40 horas	Spot	60seg	03 a 30/09
	R\$9.975,00	10,55%	3 Inserções	Anúncio	Página/Cor	03 a 07 - 10 a 14 - 17 a 21 - 24 a 28
	R\$1.500,00	1,59%	2 Inserções	Anúncio	Página/Cor	4-11-18/09
	R\$3.800,00	4,02%	1 Inserção	Anúncio	A4	05 e 19/09
Televisão	R\$2.000,00	2,12%	180.000 Impressões	Banner com click	200x200pixels	03 a 30/09
	R\$1.000,00	1,06%	280.000 Impressões	Super slide	1240x300pixels	03 a 30/09
Internet	R\$2.198,00	2,33%	980.000 Impressões	Vídeo/Post	Diversos	03 a 30/09
YouTube	R\$2.300,00	2,43%	123.600 Impressões	Banners/Vídeo	Diversos	03 a 30/09
Outros	R\$21.093,00	22,31%	20 Inserções	Filme	30seg	03 a 30/09
	R\$15.120,00	15,99%	9 Inserções	Filme	30seg	02 a 21/09
<b>Total:</b>	<b>R\$94.531,60</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.578.682</b>			<b>03-05-07-10-12-14-17-19-21/09</b>









Individual e inserções na São Francisco FM em setembro - Spots de 60 segundos.

3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Valor Unitário	Valor Total
S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S				
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Total:	144	R\$4.320,00

Individual e inserções na Educadora FM em setembro - Spots de 60 segundos.

3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Valor Unitário	Valor Total	
S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S				
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Total:	144	R\$6.984,00	

Individual e inserções na Campo Aberto AM em setembro - Spots de 60 segundos.

3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Valor Unitário	Valor Total	
S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S				
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Total:	144	R\$6.048,00	

Individual e inserções na Líder Sul FM em setembro - Spots de 60 segundos.

3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Valor Unitário	Valor Total	
S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S				
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Total:	144	R\$6.753,60	

Individual e inserções na Rádio T FM em setembro - Spots de 60 segundos.

3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Valor Unitário	Valor Total	
S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S				
2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Total:	25	R\$4.560,00	



diário e inserções Jornal Correio do Povo em setembro

	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Formato	Valor Unitário	Valor Total
T	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	T	Q	S	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	3	5col x 35cm	R\$3.325,00	R\$9.975,00
1							1								1																R\$9.975,00
Total:															3			R\$9.975,00													

diário e inserções Jornal Xagu em setembro

	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Formato	Valor Unitário	Valor Total
T	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	2	5col x 35cm	R\$750,00	R\$1.500,00
1															1																R\$1.500,00
Total:															2			R\$1.500,00													

diário e inserção Revista i9 na edição de setembro

	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Inserções	Formato	Valor Unitário	Valor Total
T	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	1	20x30cm	R\$3.800,00	R\$3.800,00
																															R\$3.800,00
Total:															1			R\$3.800,00													



Requisição da verba e locais dos painéis de outdoor na bissemana 38 da empresa Bertuol e Mesquita Ltda.

Locais:

	Período	Produção	Colagem	Exibição	Total
Rua Arlindo Bavaresco, eq. Rua XV de Novembro - MM Móveis	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
Forum - Próximo ao Fórum	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
Rua José Nogueira do Amaral	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
Rua Bonito do Iguaçú - Laranjeiras do Sul - Início Rua Santana	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
Rua João Maria - Frente Supermercado Itália	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
Rua do Amaral - Lago Municipal	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
					R\$3.120,00

Requisição da verba e locais dos telões de LED da empresa LPL Serviços

	Tempo:	Período:	Inserções:	Valor Unitário:	Valor Total:
Rua XV de Novembro	30seg	03 - 30/09	7.200	R\$0,22	R\$1.600,00
Rua do Amaral	30seg	03 - 30/09	7.200	R\$0,22	R\$1.600,00
					R\$3.200,00



ção da verba e impressões nas plataformas Facebook

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Impressões	CPM	Valor Total
S			S	T	Q	Q	S	S		S	T	Q	Q	S	S		S	T	Q	Q	S	S	S	T	Q	Q	S	S		120.000	3,33	R\$400,00	
																														200.000	1,50	R\$300,00	
																														28.000	2,96	R\$83,00	
																														28.000	2,96	R\$83,00	
																														28.000	2,96	R\$83,00	
																														28.000	2,96	R\$83,00	
																														28.000	2,96	R\$83,00	
																														100.000	2,96	R\$83,00	
																														180.000	3,33	R\$300,00	
																														48.000	1,39	R\$250,00	
																														48.000	1,32	R\$62,50	
																														48.000	1,32	R\$62,50	
																														48.000	1,32	R\$62,50	
																														48.000	1,32	R\$62,50	
																														20.000	10,00	R\$200,00	
																														<b>Total:</b>	980.000	2,24	R\$2.198,00



ção verba e impressões nas plataformas Google

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Visualizações	CPM	Valor Total
S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		100.000	10,00	R\$1.000,00
																														20.000	50,00	R\$1.000,00	
																														3.600	8,33	R\$300,00	
																														123.600	18,60	R\$2.300,00	
																															Total:		

ção verba e impressões no blog Olhar Aberto Paraná

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Visualizações	CPM	Valor Total	
S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		180.000	11,11	R\$2.000,00	
																															180.000		R\$2.000,00	
																																Total:		

ção verba e impressões no Portal Cantu

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Visualizações	CPM	Valor Total	
S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		280.000	3,57	R\$1.000,00	
																															280.000		R\$1.000,00	
																																Total:		

ção verba e horas de carro de som

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Horas	Unitário	Valor Total
S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		20	50,00	R\$1.000,00
																															20	50,00	R\$1.000,00
																															40		R\$2.000,00
																															Total:		





Planilha 28 - Distribuição de verba alocada na criação de diferentes materiais

Material	Valor	Percentual	Quantidade	Tempo/Formato
Spot	R\$7.444,00	19,97%	2	60seg
Anúncio jornal	R\$4.549,00	12,20%	1	5col x35cm
Anúncio outdoor	R\$5.832,00	15,64%	1	9x3m
Roteiro filme TV	R\$7.058,00	18,93%	1	30seg
Post Carrossel	R\$6.708,00	17,99%	1	Padrão
Anúncio display	R\$3.734,00	10,02%	1	Padrão
Adaptações GDN	R\$1.955,00	5,24%	Vários	Diversos
<b>Total:</b>	<b>R\$37.280,00</b>	<b>100,00%</b>		

Planilha 29 - Distribuição de verba alocada na produção e envio dos diferentes materiais

Serviço	Valor	Percentual	Quantidade	Tempo/Formato
Spots Rádio/Carro de som	R\$600,00	4,14%	2	60seg
Produção Filme TV - Fotos	R\$6.100,00	42,09%	1	30seg
Computação 3D	R\$500,00	3,45%	1	30seg
Cachês - Filme/Fotos	R\$2.000,00	13,80%	5	30seg
Entrega Digital RPC	R\$284,00	1,96%	1	30seg
Legendar Filme para telão	R\$650,00	4,48%	1	30seg
Adaptação Filme redes sociais	R\$900,00	6,21%	1	30seg
Execução técnica - redes sociais	R\$1.000,00	6,90%	Vários	Diversos
Cartazes A3	R\$420,00	2,90%	1	30x42cm
Produção/Colagem Arte Outdoor	R\$1.440,00	9,94%	6	9x3m
Produção/Instalação de Lona	R\$600,00	4,14%	1	4x2m
<b>Total:</b>	<b>R\$14.494,00</b>	<b>100,00%</b>		

- Quadro resumo distribuição de peças de mídia e não mídia

Meio	Quantidade	Período	Investimento	Percentual
Filme 30"	29 inserções	20 dias	R\$36.213,00	38,31%
Spot 01 60"	301 inserções	24 dias	R\$14.424,00	15,26%
Spot 02 60"	300 inserções	24 dias	R\$14.241,60	15,07%
Anúncio 1 página	5 inserções	5 dias	R\$11.475,00	12,14%
Anúncio página dupla	1 inserção	1 mês	R\$3.800,00	4,02%
Outdoor - 32 folhas	6 Painéis	14 dias	R\$1.680,00	1,78%
Legendado - Painel LED	14.400 Inserções	28 dias	R\$3.200,00	3,39%
01 60" Carro de som	20 horas	5 dias	R\$1.000,00	1,06%
02 60" Carro de som	20 horas	5 dias	R\$1.000,00	1,06%
Facebook - vídeo	120.000 visualizações	28 dias	R\$400,00	0,42%
Facebook - carrossel	200.000 visualizações	28 dias	R\$300,00	0,32%
Facebook - post 1	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Facebook - post 2	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Facebook - post 3	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Facebook - post 4	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Facebook - post 5	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Facebook - post 6	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Facebook - canvas	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Instagram - vídeo	100.000 visualizações	28 dias	R\$300,00	0,32%
Instagram - foto 1	180.000 visualizações	28 dias	R\$250,00	0,26%
Instagram - foto 2	48.000 visualizações	28 dias	R\$62,50	0,07%
Instagram - foto 3	48.000 visualizações	7 dias	R\$62,50	0,07%
Instagram - foto 4	48.000 visualizações	7 dias	R\$62,50	0,07%
Engenher - banner	48.000 visualizações	7 dias	R\$62,50	0,07%
Engenher - banner	20.000 visualizações	7 dias	R\$200,00	0,21%
Engenher - banner	180.000 visualizações	28 diárias	R\$2.000,00	2,12%
Engenher - banner	280.000 visualizações	28 diárias	R\$1.000,00	1,06%
Engenher - banner	100.000 visualizações	28 dias	R\$1.000,00	1,06%
Engenher - banner	20.000 visualizações	28 dias	R\$1.000,00	1,06%
Engenher - banner	3.600 visualizações	28 dias	R\$300,00	0,32%
Engenher - banner	1.578.682		R\$94.531,60	100,00%

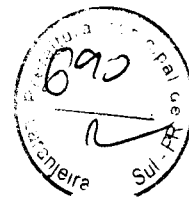




Spot para rádio

Tempo: 60 segundos

Locução com trilha sonora



Cidade pavimentada, felicidade estampada!

A prefeitura de Laranjeiras do Sul está investindo mais de 21 milhões de reais para levar asfalto novo, recape e calçamento a toda cidade.

É o maior plano de mobilidade urbana da história do município.

São mais de 280 mil metros quadrados que serão reurbanizados, inclusive com a ampliação das redes de galerias pluviais e de esgoto.

No interior, a prefeitura apoia o produtor rural e realiza a readequação das estradas para escoar a produção agropecuária com qualquer tempo.

O programa de pavimentação é uma das muitas conquistas que mostram o compromisso da prefeitura com a melhoria da qualidade de vida da população.

E você sabia que dos mais de 21 milhões de reais investidos nesse programa inédito de pavimentação, 10 milhões e 200 mil são a fundo perdido? Dinheiro economizado que será investido em novas obras e serviços.

Esse é o novo jeito de administrar: mais investimentos com menos dívidas para a prefeitura.

Laranjeiras do Sul, avançar é a nossa história.







Agencies in  
Robert Harris  
Diana Potts



## 9.4 Plano de Comunicação Publicitária

### 9.4.1 Raciocínio Básico

#### a) Características da contratante significativas para a comunicação publicitária

Em virtude de sua localização estratégica, Laranjeiras do Sul foi, entre 1943 e 1946, capital do extinto Território do Iguazu, mas somente tornou-se município em 30 de novembro de 1946. Em 71 anos de história, nunca passou por um momento de transformações tão profundas como agora. Atenta às necessidades da população, o município deu início a ações estruturantes e na promoção de qualidade de vida. O exemplo mais emblemático dos novos tempos é a implantação do maior programa de pavimentação da história do município. Ao todo, são 149 trechos de avenidas e ruas de diversos bairros (284.173,99 metros quadrados) que estão recebendo pavimentação asfáltica (nova ou recapeamento) e calçamento poliédrico. Um investimento de R\$ 21.850.000,07 (R\$ 10 milhões a fundo perdido, R\$ 7 milhões por financiamento e R\$ 4 milhões recursos próprios). O município receberá, nos próximos anos, o maior investimento em saneamento básico de sua história: R\$ 33,5 milhões em obras da Sanepar. Com tantas boas notícias, surge uma nova Laranjeiras do Sul, mais moderna e atenta às demandas da população.

#### b) Natureza, extensão e qualidade das relações da contratante com o seu público

Por meio destas ações, o governo municipal procura elevar a autoestima do cidadão laranjeirense, tornando-o centro das ações do poder público, oferecendo-lhe condições de viver bem com a melhoria da infraestrutura e prestando-lhe serviços públicos (educação, saúde; assistência social, esporte, cultura, lazer etc) com a maior qualidade possível.

Como indutora do desenvolvimento e promotora de ações que visam a qualidade de vida de cada um dos 32.379 habitantes, a Prefeitura de Laranjeiras do Sul está atendendo tanto necessidades pontuais dos munícipes quanto planejando o futuro por meio de ações estratégicas, como as políticas de melhoria da qualidade de ensino - aquisição de material didático elaborado pelo Positivo (referência nacional em ensino), capacitação dos professores, reformas de escolas (total de R\$ 1,3 milhão) e distribuição de 4 mil kits de uniforme escolar a alunos das escolas da rede municipal (Apae, inclusive). Um sinal de que o município caminha nesta direção foi a inauguração, em junho de 2017, da maior

Unidade de Disseminação de Genes (UDG) da Agroceres PIC na unidade de Laranjeiras do Sul. A expansão dos negócios de uma empresa que emprega biotecnologia demonstra a confiança depositada pela diretoria no município, vendo-o em plenas condições para receber investimentos deste porte.



c) Papel do contratante na área social, política e econômica

A qualidade dos serviços públicos está diretamente ligada à sensação de bem-estar do cidadão. A saúde tem avançado significativamente em quatro pontos: abertura de dez leitos de UTI no Instituto São José (antiga reivindicação da comunidade); implantação de programas na saúde preventiva (como o “Minha Escola Tem Saúde” e o “Elos do Afeto”, de incentivo à amamentação, reconhecido como referência pelo Hospital Albert Einstein - SP); investimentos em estrutura física (ampliação, reforma ou abertura de várias unidades de saúde); e a renovação da frota de veículos no transporte de pacientes. Integrante do Consórcio dos Municípios do Cantuquiriguaçu, Laranjeiras do Sul beneficia-se da nova patrulha rural rodoviária, importante para a manutenção das estradas por onde escoam a produção agropecuária. Este setor recebe plena confiança da administração municipal, que cedeu, em comodato, diversos maquinários e veículos para associações comunitárias rurais, levando mais conforto e facilidades para quem gera produção e riquezas e vive no campo. Na área da habitação, estão previstos investimentos de mais de R\$ 6 milhões para a construção de 146 moradias populares, sendo 125 na área urbana e 21 na área rural (já entregues). No esporte e lazer, além da manutenção de equipes de base e rendimento, Laranjeiras do Sul poderá contar em breve com três arenas esportivas e diversos bairros serão contemplados com playgrounds e academias da terceira idade. Somadas as obras mencionadas aos investimentos anunciados desde 2017 pelos governos estadual e federal (muitas delas oriundas de emendas parlamentares de deputados da região), Laranjeiras do Sul receberá, em médio prazo, um montante de R\$ 78,9 milhões que tornará o município mais atraente para novos empreendimentos, bem como transmitirá à população laranjeirense o sentimento de estar sendo bem cuidada.

#### 9.4.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

a) Adequação do conceito do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação de Laranjeiras do Sul.

Com o conceito "O nosso compromisso é fazer a sua vida melhor" configuramos de maneira comunicacional para a população de Laranjeiras do Sul um relacionamento de crescimento da cidade, onde por meio dos investimentos em infraestrutura, o governo municipal promove melhorias na qualidade de vida da população. A campanha comunica que toda esta movimentação em obras e serviços está contribuindo para a valorização de imóveis, facilitando o tráfego e, poderá atrair mais investimentos com geração de emprego e renda. Assim, buscamos, por meio da estratégia de comunicação, apresentar ao nosso público-alvo (descrito mais à frente) uma mensagem objetiva, simples, direta e de engajamento, evidenciando o que pretendemos dizer, como dizer, e onde/quando dizer, sintetizando o conceito através das peças criativas.

Apresentamos um conceito de fácil entendimento, onde a administração municipal se mostra parceira da população. Um fato que é demonstrado no diálogo que este governo tem estabelecido com sua gente, ao ouvir as principais reivindicações das comunidades. Esta essência foi traduzida no partido temático com ênfase no maior plano de mobilidade urbana da história de Laranjeiras do Sul, a qual está levando asfalto e calçamento no Centro e em diversos bairros, e recuperando as estradas do interior do município. Desta forma, atrelamos o conceito e o tema buscando informar, gerar empatia e aumentar o envolvimento e a identificação dos laranjeirenses com o poder público.

Nossos objetivos de comunicação visam recuperar a alma da cidade, aumentando a autoestima dos munícipes e despertando neles o sentimento de pertencimento e o orgulho de morar em Laranjeiras do Sul. É o sentimento de "ser daqui" e valorizar as coisas "da nossa terra". É fácil compreender isto se considerarmos o histórico e a miscigenação cultural dos imigrantes que encontraram aqui um lugar acolhedor onde fincaram raízes, e os outros moradores que adotaram Laranjeiras do Sul como sua casa. Eles abraçaram a cidade que os acolheu e criou uma relação umbilical com ela e tudo o que nela está inserido de tal maneira, que o sentimento de amor e orgulho foi considerado para construirmos o nosso posicionamento na campanha.

692  
Cidade  
LARANJEIRAS DO SUL

Para garantir uma comunicação eficaz, as peças seguirão um padrão visual nas cores, tipografias, ilustrações e fotografias. Em relação à escolha das cores, deu-se preferência aos tons daquelas que estão na logomarca da Prefeitura de Laranjeiras do Sul (alaranjado, azul, amarelo e verde) associadas ao cinza escuro (parecido com o do asfalto, principal tema das peças) ocasião onde aparecem as principais informações (exceto título) da campanha, as quais estão apresentadas com fontes modernas e de fácil legibilidade. Em relação às imagens utilizadas, o elemento humano está em destaque com pessoas que representam a sociedade laranjeirense (um idoso e uma criança com um celular na mão tirando uma selfie de um ambiente urbano que se encontra ao fundo, onde se encontra uma máquina trabalhando). Abaixo, cercados por círculos coloridos, estão fotos de algumas das principais obras que a Prefeitura de Laranjeiras do Sul entregou recentemente à população, mostrando-lhe o que está acontecendo neste momento da história do município. As antigas reivindicações estão se concretizando!

#### b) Consistência lógica e pertinência da argumentação

De forma direta, nossa campanha resume as transformações que Laranjeiras do Sul está vivendo, ao mesmo tempo em que põe o cidadão como figura central. Afinal de contas, todas as políticas públicas do governo municipal estão voltadas para os benefícios da população. Esta é a razão da existência de um governo concentrado no crescimento do município e na geração de uma vida melhor para seus habitantes.

Assim, nossa estratégia de comunicação se desenvolve com foco nas pessoas, com uma abordagem que irá despertar curiosidade, impacto e proximidade. Com o objetivo de destacar as obras e serviços realizados em todo o município – especialmente por meio do Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul.

A mensagem do spot de rádio, por exemplo, é direta e informa os valores dos investimentos e em quais áreas estão sendo aplicados, enfatizando a pavimentação asfáltica e calçamentos. Esta é a mesma linha que segue o anúncio de jornal e o outdoor. Em um segundo momento, buscamos informar o cidadão que é possível fazer uma boa gestão pública na construção e valorização de uma cidade melhor. Em nossa campanha utilizamos diversos veículos de comunicação (crossmidia), mas tivemos o cuidado de





transmitir a mesma mensagem, apenas ajustando a sua linguagem ao seu público-alvo de cada veículo.

Além disso, depoimentos de pessoas que usufruem dos serviços e melhorias ofertadas pelo governo municipal irão demonstrar (do ponto de vista do cidadão) como estas e muitas outras ações desta gestão, têm melhorado significativamente a vida da população. É isto que gera engajamento e reforça os principais argumentos da comunicação.

c) Capacidade evidente de despertar novas relações com o público-alvo, ampliando o desdobramento positivo da comunicação com a sociedade.

O público-alvo da campanha é a população de Laranjeiras do Sul, de ambos os sexos, de todas as classes sociais e faixas etárias, lideranças municipais, empresários, profissionais liberais, produtores rurais, formadores de opinião, geradores de informação, famílias, professores e estudantes em todas as fases, servidores municipais, e todos demais trabalhadores. São estes cidadãos que consideramos como protagonistas dessa transformação de Laranjeiras do Sul. Dessa forma a comunicação nos princípios de como, o que e quando dizer, valorizam essa miscigenação cultural e a contribuição de cada um no desenvolvimento do município. Para realização desta campanha, o montante fornecido pelo briefing é de até R\$ 150.000,00 - valor que será distribuído no período de 30 dias, entre 02 a 31 de agosto de 2018.

Para a mídia de massa foi feito um filme de 30" a ser veiculado em TV aberta e nas redes sociais do município (Site, Vimeo, Instagram, Facebook e Youtube). Esta peça (usando imagens, locução e insert) tem o poder de contextualizar ao público todos os investimentos em obras e serviços, mostrando que o programa de pavimentação é uma realidade que está beneficiando diversos bairros. A força das emissoras de rádio exerce grande influência na opinião pública local. As emissoras receberão um spot de 30" informando e engajando o cidadão. Para os jornais locais, utilizamos um anúncio de uma página, e para a revista com circulação local e regional, fizemos um anúncio de página dupla; e para a mídia (Out Of Home) outdoor, criamos um cartaz para reforçar a mensagem propagada nos demais veículos.

Para o meio online, criamos banner para blog, posts e conteúdos para o site da prefeitura e suas redes sociais (Facebook e Instagram), além de publicações de banners nos dois



principais blogs de notícias da cidade. Também sugerimos de forma complementar, ações de vídeos que poderão ser publicados no site e perfis oficiais do município onde através de vídeo-selfies, histórias reais de pessoas que estão se beneficiando com as ações da prefeitura e também publieditoriais, que destacaram os atributos de Laranjeiras do Sul e os benefícios oferecidos para a população. Esses editoriais poderão ser publicados nos canais próprios da prefeitura na internet.

A seguir, apresentamos as funções táticas de todas as peças necessárias para execução da campanha, bem como sua alocação na estratégia de mídia e não mídia.

1. TV - Filme de 30" – O filme apresentará a explicação do conceito da campanha, com o foco nas obras e serviços (os valores investidos, os trechos e as metragens executados) do programa de pavimentação, no plano de mobilidade urbana e nos benefícios oferecidos a toda a comunidade e despertando o sentimento de orgulho de morar em Laranjeiras do Sul.
2. Rádio - Spot 30" – Com locução vibrante, exaltamos os atributos de uma administração que trata os recursos públicos com seriedade e informamos tudo sobre o maior investimento em obras da história do município
3. Jornal - Anúncio colorido de uma página – O impresso tem poder de documentar as obras nas localidades em que estão sendo executadas, por isto usamos as imagens reais e também pode mostrar detalhes dos investimentos aplicados com seriedade pela administração pública.
4. Revista – Anúncio colorido página dupla – Assim como o anúncio de jornal, concentra-se na parceria de transformação de Laranjeiras do Sul em uma cidade para se viver.
5. Mídia Exterior - Outdoor – Com forte apelo visual, a peça coloca a mensagem em evidência nos principais pontos da cidade, destacando o tema e o conceito para toda a população.
6. Web banner – Anúncio nos blogs de notícias mais acessados do município irão proporcionar muita relevância de estar em meio as noticiais locais, de grande interesse da comunidade.
7. Internet - impulsionamento de vídeo e post – Recurso utilizado para gerar maior engajamento e visibilidade da campanha com o público.



#### 9.4.3 Ideia Criativa (em anexo).

1. Layout de anúncio de jornal tablóide – uma página colorida
2. Roteiro para rádio – spot de 30”.
3. Layout de outdoor padrão.

#### 9.4.6 Estratégia de mídia e não mídia

Com o objetivo de mostrar à população que Laranjeiras do Sul vem passando por uma grande transformação por meio de ações do governo municipal que promovem a melhoria da qualidade de forma a elevar a autoestima dos munícipes, foi desenvolvida uma estratégia de mídia e não mídia para um período de veiculação de 30 dias (01 a 30/09/2018) nos meios rádio, jornal, outdoor (peças corporificadas neste Plano de Comunicação Publicitária), televisão, revista, mídia on-line e painel de LED (peças não corporificadas).

Para atingir de forma eficaz esse público prioritário, utilizaremos veículos de mídia que rentabilize os investimentos e agreguem cobertura, credibilidade e facilidade da compreensão da campanha. Dessa forma, buscaremos trabalhar com eficiência, obtendo maior resultado possível com o menor volume de recursos, potencializando a relação custo-benefício. Assim, utilizaremos as mídias de massa de alto impacto, de grande visibilidade, mas também os meios eletrônicos disponíveis na internet, com uso cada vez mais difundido entre pessoas de diversas faixas etárias e classes sociais.

Peças corporificadas neste Plano de Comunicação Publicitária

Rádio: é o veículo de massa com maior penetração e influência em Laranjeiras do Sul. Um meio que não exige alto investimento e oferece um retorno satisfatório em função do grande apelo popular. A maioria dos ouvintes busca o rádio como fonte de informação, entretenimento, cultura e diversão; é um veículo presente em vários momentos cotidianos das pessoas (casa, carro, trabalho etc). Percentagem investida neste meio em relação ao total da verba: 25,748%.

A estratégia para este meio é veicular um spot de 30 segundos nas quatro emissoras que geram informação e influenciam a população de Laranjeiras do Sul, e que também alcançam algumas cidades da região; em média, serão veiculadas entre 15 a 20 inserções diárias, contemplando perfis diversos. A frequência da veiculação está sendo explicitada na planilha anexa. Utilizaremos as seguintes emissoras: Educadora 103 FM, Líder Sul 106,7 FM, Campo Aberto AM 1020 e a São Francisco FM Comunitária.

- Rádio E103FM (mais conhecida como Educadora) – Atinge mais de 50 municípios das regiões Oeste, Centro-Oeste, Centro e Centro-Sul do Paraná, os quais possuem



população total de 750 mil habitantes. Oferece, de segunda a domingo, programação eclética, com notícias do agronegócio, saúde, esporte, variedades, policiais e econômicas, além de programação musical que atinge todas as classes sociais.

- Rádio Líder FM – Possui programação versátil e atualizada (de segunda a domingo), com entretenimento e informações, atinge ouvintes de ambos os sexos e todas as classes sociais. Tem quase nove anos de mercado e programas de grande audiência em sua grade, tais como Bom Dia Líder Sul (8h às 11h), Boa Tarde Líder Sul (13h30 às 16h) e Parada sertaneja (17h às 19h).

- Rádio Campo Aberto AM 1020 – Oferece, de segunda a sexta, programação jornalística, eclética e popular, atingindo ouvintes de diversas classes sociais e faixas etárias que residem em Laranjeiras do Sul, Nova Laranjeiras, Laranjal, Palmital, Porto Barreiro, Rio Bonito do Iguaçu, Saudade do Iguaçu, Espigão Alto do Iguaçu, Quedas do Iguaçu, Diamante do Sul, Chopinzinho, São João, Marquinho, Virmond, Cantagalo, Goioxim, Candói e Foz do Jordão.

- Rádio São Francisco FM Comunitária – Programação, de segunda a sexta-feira com músicas gauchescas, nativistas, românticas e de diversos estilos. Conta também com espaço para jornalismo (notícias locais, regionais, estaduais, federais e internacionais), Informe Cidadão, entrevistas, e dicas de saúde e beleza.

Jornal: é um meio com credibilidade entre os formadores de opinião; não tem o mesmo alcance de outros veículos, mas é tradicional e documenta todas as obras e realizações de um governo. Sua leitura diária é feita por empresários, profissionais liberais, universitários, clínicas, comércio em geral, órgãos públicos e entidades organizadas da sociedade civil. Permite inserções de releases de interesse da administração, e também anúncios e comunicados públicos, além de documentar e dar suporte à campanha. Serão veiculados anúncios de uma página colorida nos seguintes jornais: Correio do Povo e Xagu. Percentagem investida neste meio em relação ao total da verba: 8,157%.

- Jornal Correio do Povo do Paraná - Com formato tabloide, possui tiragem de 5.000 exemplares entre terça-feira e sábado. Há 27 anos no mercado, circula em 21 municípios na região da Cantuquiriguaçu: Laranjeiras do Sul, Porto Barreiro, Nova Laranjeiras, Laranjal, Virmond, Rio Bonito do Iguaçu, Cantagalo, Candói, Foz do Jordão, Reserva do

Iguaçu, Marquinho, Goioxim, Guaraniaçu, Ibema, Diamante do Sul, Campo Bonito, Catanduvas, Quedas do Iguaçu, Espigão Alto do Iguaçu, Três Barras do Paraná e Guarapuava.



• Jornal Xagu – Com circulação bissemanal, sua sede fica em Rio Bonito do Iguaçu, mas sua circulação (1.000 exemplares) se estende a Laranjeiras do Sul e região.

Outdoor: mídia de grande impacto sobre o público pela dimensão, cor e por estar localizada em pontos onde as pessoas estão em movimento. Por isso, sua mensagem deve ser concisa, breve e facilmente compreendida.

Serão utilizados onze pontos em papel tamanho padrão 9,00 x 3,00 metros, sendo em duas bissemanas (38 e 40 – 03 a 30/09/2018) em Laranjeiras do Sul (totalizando 22 pontos, conforme planilha anexa). Percentagem investida neste meio em relação ao total da verba: 4,119%.

Peças não corporificadas neste Plano de Comunicação Publicitária

Revista: permite ampla segmentação. É possível falar com um público bem definido e exigente.

Como tem longevidade nas suas matérias (especialmente porque tem o apelo de fotografias de eventos sociais e pode ser lido por muitas pessoas), atinge pessoas de ambos os sexos e diversas classes sociais e faixas etárias, incluindo aí empresários, trabalhadores, estudantes, comerciantes e profissionais liberais. Será utilizado um anúncio de página dupla na revista i9. Percentagem investida neste veículo em relação ao total da verba: 2,541%.

• Revista i9 – Mensal, com tiragem de 3.200 exemplares, atinge públicos de diversos segmentos com notícias relacionadas a saúde, eventos sociais e políticos, entretenimento e negócios em geral.

Televisão: é um dos principais meios de comunicação de massa; uma paixão verdadeira dos brasileiros que gostam de novelas, programas jornalísticos e de entretenimento. Nesta campanha será veiculado um VT de 30" nas duas emissoras que mais alcançam o município: RPCTV Guarapuava e TV Tarobá Cascavel. Percentagem investida neste meio em relação ao total da verba: 19,751%.



- RPCTV Guarapuava – A emissora tem cobertura em 26 municípios da região do entorno de Laranjeiras do Sul, alcançando uma população de 634.558 telespectadores potenciais.

- TV Tarobá Cascavel – Emissora afiliada à Rede Bandeirantes com abrangência em 166 municípios cuja população total é de 3.471.779 habitantes.

Mídia online: os canais escolhidos que permitem alcance de vários públicos em âmbito local são os sites noticiosos (blogs Meia Hora Notícias e Olho Aberto Paraná) que apresentam conteúdo relevante para o público-alvo da campanha, bem como haverá impulsionamento de conteúdo da campanha nas páginas oficiais do município nas redes sociais (Facebook e Instagram). Percentagem investida neste meio em relação ao total da verba: 6,300%.

- Blog Meia Hora Notícias – Conforme o Google Analytics, o site recebe entre 22 mil e 25 mil visualizações diárias. Seu foco principal é a região do Cantuquiriguaçu, composta por 22 municípios, mas seu conteúdo pode ser acessado em todo o mundo via internet. Nesta página será utilizado banner lateral fixo, o qual contará com link direcionado a matérias com conteúdo completo da campanha.

- Blog Olho Aberto Paraná – Está há dez anos no mercado, com média diária de 180 mil acessos (dias úteis) e média de 10 mil acessos nos feriados e finais de semana. Para este site também será utilizado banner lateral fixo, no qual haverá link para matérias com conteúdo completo da campanha.

- Facebook/Instagram – Em relação ao impulsionamento nestas mídias sociais, a divulgação do vídeo (o mesmo que será exibido nas emissoras de TV) e post da campanha nestas redes sociais, a estimativa de alcance não orgânico – sem contar os que já seguem as páginas) diário é de 1.600 a 4.600 pessoas e de envolvimento com público de 37 a 200 usuários. Durante o período da campanha, o alcance potencial é de 51 mil pessoas.

Não Mídia: serão utilizados dois painéis de LED para exibir, com legenda, o mesmo filme veiculado nas emissoras de TV.

Eles estão situados na esquina das ruas Coronel Guilherme de Paula e XV de novembro (5 x 2m) e Rua 7 de Setembro (medindo 4x2m). É um meio com grande impacto e atinge público de massa, próximo de locais com grande circulação de veículos e pedestres. A



qualidade de imagem e a boa resolução da propaganda representam importante diferencial deste tipo de mídia. Percentagem investida neste meio em relação ao total da verba: 2,140%.

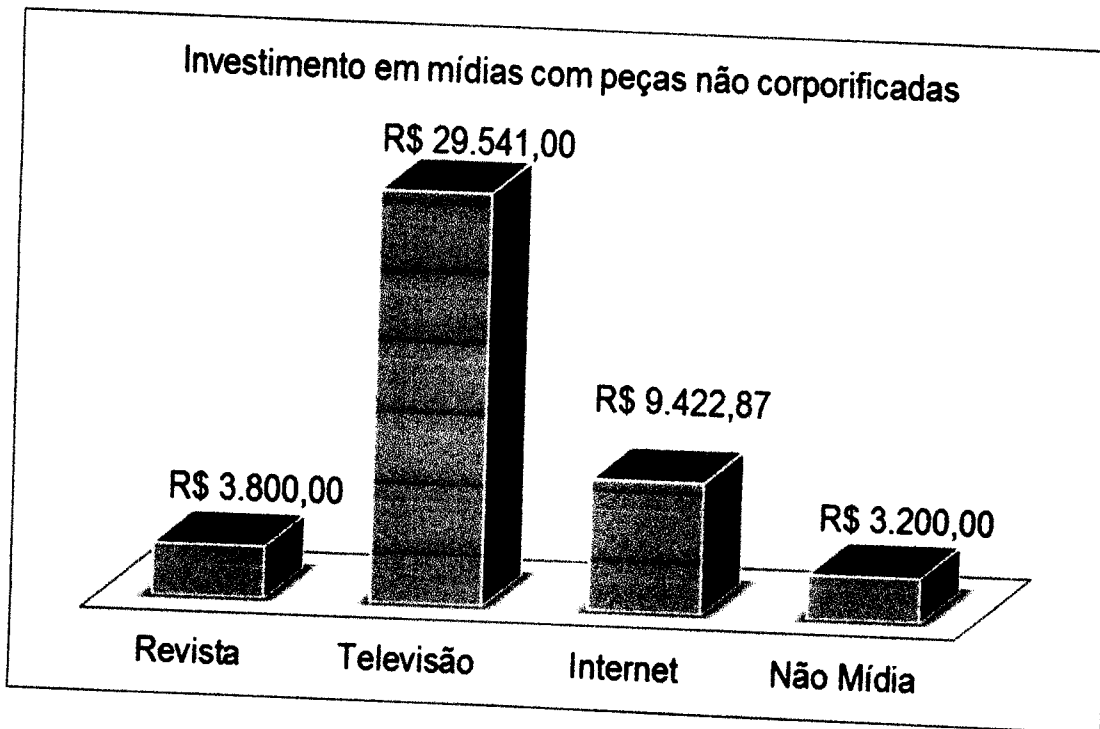
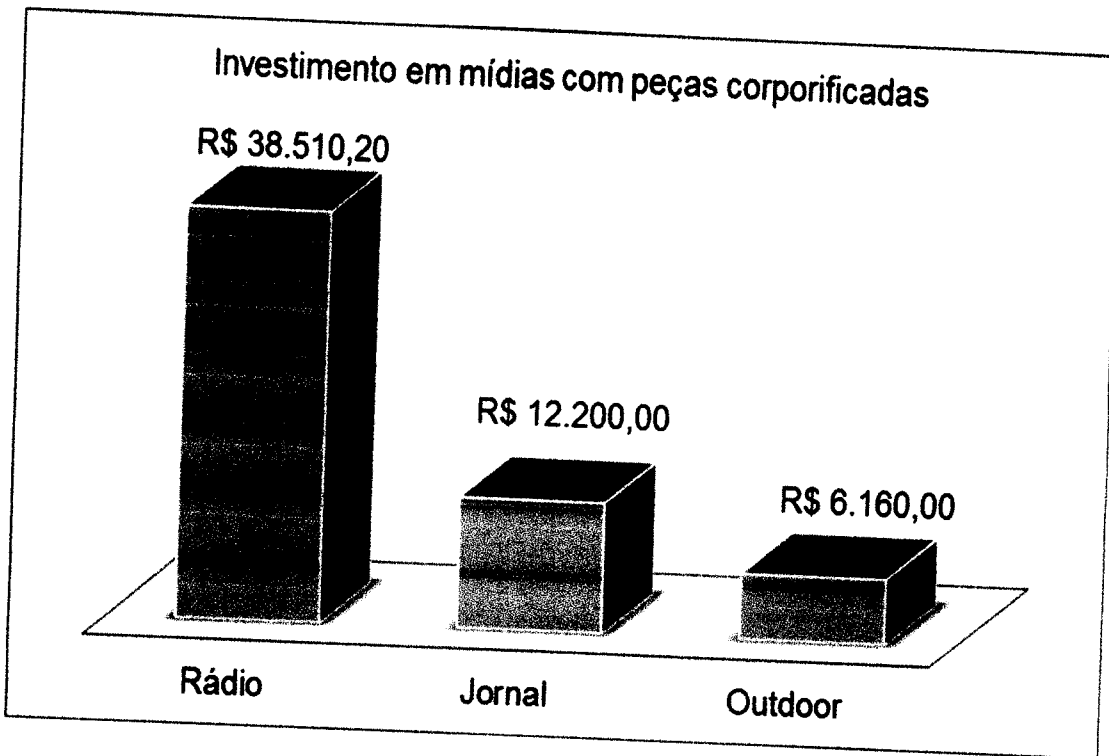
Consistência do plano simulado de distribuição de peças: ao todo, entre custos de criação, produção e veiculação, será investida a verba de R\$ 149.565,07 (cento e quarenta e nove mil, quinhentos e sessenta e cinco reais e sete centavos).

SIMULAÇÃO DE INVESTIMENTO DA CAMPANHA – Período: 30 dias – Setembro/2018				
Montante máximo: R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)				
Demonstrativo de Investimento - VEICULAÇÃO				
Peças da campanha corporificadas				
Rádio	Produto	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Rádio Educadora (E103Fm) – 6h às 19hs	Spot 30"	468	11.934,00	7,979%
Rádio Líder FM – 6h às 19hs		338	8.416,20	5,627%
Rádio Campo Aberto FM – 6h às 19hs		520	12.220,00	8,170%
Rádio São Francisco FM Comunitária		396	5.940,00	3,972%
Subtotal			38.510,20	25,748%
Jornal	Produto	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Correio do Povo do Paraná	1 página colorida	6	10.200,00	6,820%
Xagu		2	2.000,00	1,337%
Subtotal			12.200,00	8,157%
Out Of Home/Outdoor	Bissemana	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Bertuol e Mesquita Ltda	38 (03 a 16/09/18)	11	3.080,00	2,059%
	40 (17 a 30/09/18)	11	3.080,00	2,059%
Subtotal			6.160,00	4,119%
Peças da campanha não corporificadas				
Revista	Produto	Qtde.	Custo Total (R\$)	% Geral
i9	Anúncio de página dupla	1	3.800,00	2,541%
Subtotal			3.800,00	2,541%
Televisão	Produto	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
RPCTV Guarapuava	VT 30"	22	14.825,00	9,912%

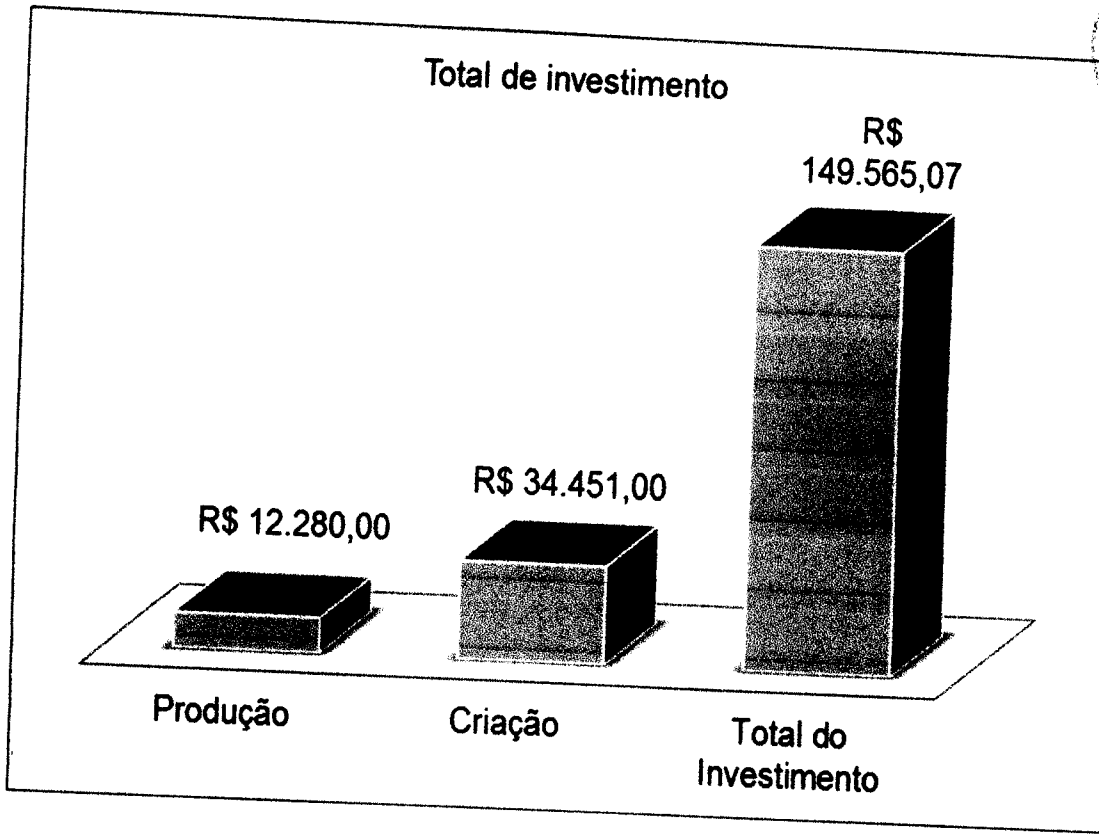


206  
Municipal de RJ

TV Tarobá Cascavel		12	14.716,00	9,839%
Subtotal			29.541,00	19,751%
Mídia On-line	Produto	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Blog Meia Hora	Banner lateral 195x120 pixels	30 dias	1.500,00	1,003%
Blog de Olho Paraná	Banner 200X200 pixels	30 dias	2.000,00	1,337%
Facebook/Instagram	Impulsioneamento	30 dias	5.922,87	3,960%
Subtotal			9.422,87	6,300%
Não Mídia	Período	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Painel de LED	30 dias	2	3.200,00	2,140%
Subtotal			3.200,00	2,140%
<b>Demonstrativo de Investimento – PRODUÇÃO</b>				
Material/produção		Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Outdoor em papel 9X3m		22	5.280,00	3,530%
VT de 30"		1	4.500,00	3,009%
Spot de 30"		1	500,00	0,334%
Fotografias		4	2.000,00	1,337%
Subtotal			12.280,00	8,21%
<b>Demonstrativo de Investimento – CRIAÇÃO (Tabela Sinapro vigente até agosto 2018)</b>				
Criação (peças da campanha corporificadas)		Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Layout para anúncio de uma página de jornal		1	4.549,00	3,041%
Roteiro para comercial de rádio (spot 30")		1	3.722,00	2,489%
Layout para outdoor		1	5.835,00	3,901%
<b>Criação (peças da campanha não corporificadas)</b>				
Layout para anúncio de uma página dupla de revista		1	8.065,00	5,392%
Roteiro para comercial de TV (VT 30")		1	7.058,00	4,719%
Banner (serviços digitais) - Master		1	3.734,00	2,497%
Adaptação para banner (qualquer dimensão)		1	1.488,00	0,995%
Subtotal			34.451,00	23,034%
<b>TOTAL:</b>			<b>149.565,07</b>	<b>100%</b>



208  
Município de  
Sul-PR





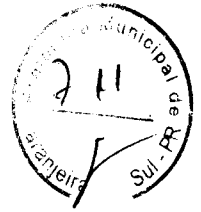
PLANILHAS, TABELAS E ORÇAMENTOS



o: Jornal  
 : Município de Laranjeiras do Sul  
 : Setembro/2018  
 : 1 página - Tabloide  
 : Anúncio  
 : Nosso compromisso é fazer a sua vida melhor!

Setembro

Programação	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	Total Ins.	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
1 página colorida	1				1						1								1												6	1.700,00	10.200,00	
1 página colorida																					1										2	1.000,00	2.000,00	
																															8	Subtotal	12.200,00	



Outdoor  
Município de Laranjeiras do Sul  
Setembro/2018  
Outdoor

Nosso compromisso é fazer a sua vida melhor!

Programação	Setembro																														Total Ins.	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)			
	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	S	D	S	S	D	S	S	D	S	S	D	S	S	D	S	S	D	S	S	D						
Outdoor- Bissemana 38 (03 a 16/09/18)			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11	280,00	3.080,00	
Outdoor- Bissemana 40 (17 a 30/09/18)																																		11	280,00	3.080,00
																																Subtotal	6.160,00			













RADIO EDUCADORA DE LARANJEIRAS DO SUL LTDA  
CNPJ 76.659.952/0001-83



**FM 103.9 – TABELA 2018/2019 – (valor bruto)**

15 segundos	R\$ 18,50
30 segundos	R\$ 25,50
45 segundos	R\$ 41,50
60 segundos	R\$ 48,50

**= ABRANGÊNCIA (Potência: 15 MIL Watts)**

Mais de 50 municípios, (regiões oeste, centro-oeste, central e centro-sul do Estado do Paraná), com população superior a 750 mil habitantes.

Departamento Comercial – 42-3635-1120

[comercial@e103fm.com.br](mailto:comercial@e103fm.com.br)

[www.e103fm](http://www.e103fm)

**Jaime Spazzini**

Rádio Educadora Laranjeiras do Sul

Departamento Comercial

# Rádio Líder Sul FM LTDA.ME

Rua Sete de Setembro, 1830 – Fone (42) 3635-1819.  
Laranjeiras do Sul 85301-070 Paraná  
CNPJ 03.865.478/0001-72 CCE 90504813-92

[www.radiolidersul.com.br](http://www.radiolidersul.com.br)



## TABELA DE PREÇOS:

### EMPRESA CONTRATO MINIMO DE 12 MESES

TEMPO	VALOR	HORÁRIO-INDETERMINADO
30"	R\$ 22,90	6 h às 19 h
60"	R\$ 42,90	6 h às 19 h

### MÍNIMO DE 05 INSERÇÕES DIÁRIAS

### EMPRESA CONTRATO INFERIOR A 12 MESES

TEMPO	VALOR	HORÁRIO-INDETERMINADO
30"	R\$ 24,90	6 h às 19 h
60"	R\$ 46,90	6 h às 19 h

Validade da tabela: 31/12/2018

Entre em contato com o nosso Departamento Comercial

Telefone (42) 3635-1819

*[Handwritten signature]*

**Rádio**  
**CAMP**  
**ABERTO**

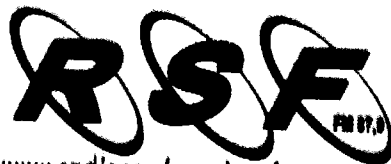
**AM - 1020**



**MÍDIA KIT**

# STIMENTO

	15"	30"	45"	60"
DE				
9H)	R\$15,00	R\$23,50	R\$35,00	R\$42,00
1H)	R\$12,60	R\$22,50	R\$31,50	R\$39,00
DO	R\$16,80	R\$29,00	R\$41,00	R\$52,00
AL	R\$22,00	R\$36,00	R\$51,00	R\$68,00



www.radiosaofranciscofm.com.br

Av. Teixeira Soares, 260 – Bairro São Francisco

Telefone: (42) 3635-2245 – e-mail: comercialfm@cnett.com.br

Laranjeiras do Sul - Paraná



## PROPOSTA PARA MÍDIA NA RÁDIO SÃO FRANCISCO FM

Solicitamos sua atenção para nossa proposta de mídia na Radio São Francisco FM Laranjeiras do Sul, emissora em atividade há mais de 16 anos.

Jornalismo com seriedade, sorteio de prêmios e a participação dos Ouvintes Fazem da Rádio São Francisco FM umas das Rádios Mais Ouvidas da Cidade.

Temos certeza que essa parceria será de sucesso, tendo em vista, a grande audiência da emissora e a força de mídia que será direcionada para anunciar Sua Empresa.

### Tipo de mídia Ofertada:

- \* Inserções ao vivo durante a programação de 30 a 60 segundos.
- \* R\$ 18,00 a inserção
- \* Inserções gravadas durante a programação spot de 30 segundos.
- \* R\$ 15,00 a inserção
- \* Disponibilidade de Flach, com horários pré definidos

Sendo o que tínhamos para o momento, aguardamos sua confirmação.

Laranjeiras do Sul, 16 de Junho de 2018.

Atenciosamente.

ERON MOREIRA  
Departamento Comercial  
Contato (42) 99925 1401  
E-mail: [erommoreira@hotmail.com](mailto:erommoreira@hotmail.com)



**BERTUOL e MESQUITA LTDA - EPP**  
CNPJ nº 01.763.926/0001-00

**Ofício/Cotação de Valores**

Laranjeiras do Sul, em 08 de junho de 2018.

**PREFEITURA MUNICIPAL LARANJEIRAS DO SUL**

**Ref. Apresentação de Pontos de Painéis e Cotação de Preços.**

Prezados,

A empresa Bertuol e Mesquita Ltda apresenta e oferece seus pontos de painéis para veiculação através de outdoor, todos no quadro urbano de Laranjeiras do Sul.

Com relação a preços, informamos que são os seguintes;

**CARTAZES IMPRESSOS (PAPEL), VALORES POR BISSEMANA:**

- Impressão/produção: 120,00 por cartaz.
- Colagem: R\$ 120,00
- Veiculação: 280,00
- Total: R\$ 520,00 (quinhentos e vinte Reais).

**LONA IMPRESSA, VALORES PARA DUAS BISSEMANAS:**

- Impressão/produção: 800,00 por lona.
- Colocação: R\$ 200,00
- Veiculação: 560,00
- Total: R\$ 1.560,00 (um mil, quinhentos e sessenta Reais), para duas bissemanais consecutivas.

Colocamo-nos à disposição para maiores esclarecimentos, ao tempo em que informamos poder veicular também em municípios no entorno de Laranjeiras do Sul.

Igualmente podemos, em Laranjeiras do Sul, adequar qualquer de nossos painéis para painéis iluminados, do tipo "front light".

Atenciosamente.



**BERTUOL e MESQUITA LTDA - EPP.**

CNPJ 01.763.926/0001-00

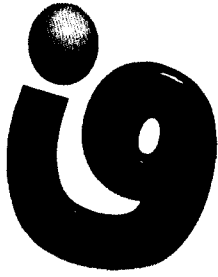
Fone 42 3635 2246-- Celular/WhatsApp 42 99126 9887

tide.bertuol@hotmail.com

Rua Capitão Antônio Joaquim de Camargo, 1110 - Sala C - 1º Andar.  
85301 230 Laranjeiras do Sul - PR.

reço	referência
ereador Arlindo Bavaresco, esquina XV de Novembro V de Novembro	esquina MM Móveis
ntos Dumont esq. Av. José Campigoto	em frente à Movelar/TokLar, ao lado Pizzaria Per Tutti
ete de Setembro esq. José Nogueira do Amaral	proximidades Fórum/OAB
3 - Trevo Rio Bonito do Iguaçu - Laranjeiras do Sul	entrada Porto Barreiro
xpedicionário João Maria	início Rua Santana
n Ferreira do Amaral	em frente ao Supermercado Ítalo
ntos Dumont	em frente ao Lago Municipal
ntos Dumont esq. Souza Naves	em frente ao INSS
ntos Dumont esq. Av. José Martins Pavlak	esquina oposta à Creche Colégio Santana
ogo Pinto esq. Av. Santos Dumont	esquina oposta à Rádio São Francisco FM
	Clinica de Olhos Dr. Marcos Chaves Barbosa





Laranjeiras do Sul, 13 de junho de 2018.

Segue proposta publicitária para veiculação na **REVISTA i9**. Ressaltamos que a revista circula gratuitamente em nove municípios da região de Laranjeiras do Sul, sua periodicidade é mensal e sua tiragem é de 3.200 (três mil e duzentos) exemplares, no formato vertical de 100mm x 300mm em papel couché. Os espaços disponíveis com seus respectivos formatos e valores são os seguintes:

**PÁGINA ÚNICA:**

300 mm/A x 100 mm/L = **R\$ 1.980,00**

**PÁGINA CHEIA - DUPLA**

300 mm/A x 200 mm/L = **R\$ 3.800,00**

Sem mais para o momento, aproveitamos para externar votos de estima e consideração.

Atenciosamente.

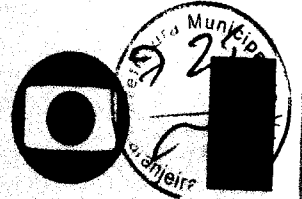
Carlos Eduardo de Almeida

Publicidade

(42) 99103-7909

# SUL

COMERCIAIS DE 30"



Paraná	Guarapuava	P. Grossa	SC	SC	Florian.	Blumenau	Chapecó	Joinville	Criciúma	Joacaba	Sigla
RPC	RPC	RPC	Estado	Interior	NSC TV	NSC TV	NSC TV	NSC TV	NSC TV	NSC TV	
Paraná	Guarapuava	P. Grossa			Florianópolis	Blumenau	Chapecó	Joinville	Criciúma	Centro-Oeste	
PR3	GAV	PGR	SCE	SC2	SC1	BLU	CHA	JOI	GRI	JOA	

**SEGUNDA A SEXTA / SÁBADO**

138	130	214	1.332	907	425	265	132	221	177	112	HORA
182	158	279	2.980	1.870	1.110	689	201	525	298	157	BPRA
280	235	435	3.903	2.518	1.385	898	254	692	437	237	NBRA
253	219	428	3.422	2.222	1.200	755	217	611	433	206	MAVO
253	219	428	3.422	2.222	1.200	755	217	611	433	206	BEST
363	303	635	4.548	3.061	1.487	994	328	825	610	304	FATI
689	580	1.339	12.322	8.386	3.936	2.604	992	2.216	1.824	750	PTV1
755	675	1.281	18.690	7.377	3.313	2.335	799	1.941	1.619	683	GESP
698	634	1.218	9.023	6.014	3.009	1.989	648	1.618	1.158	601	JHOJ
357	332	524	3.402	2.225	1.177	732	236	688	431	218	VIDE
324	300	427	2.346	1.555	791	500	174	422	296	163	TARA
439	441	751	4.119	2.721	1.398	853	304	746	545	273	VALE
640	632	1.037	7.372	4.813	2.559	1.569	531	1.328	941	444	MALH
965	930	1.517	11.943	7.903	4.040	2.745	819	2.091	1.535	713	N18H
1.417	1.272	2.052	18.922	12.430	6.492	4.211	1.288	3.602	2.208	1.121	PTV2
1.363	1.208	2.070	17.376	11.185	6.191	3.848	1.166	3.150	2.018	1.003	N19H
2.340	2.142	3.783	29.160	19.663	9.497	6.779	2.119	5.485	3.418	1.862	JNAC
2.243	1.994	3.843	28.938	19.094	9.844	6.470	2.040	5.411	3.413	1.760	N20H
968	909	1.445	9.486	6.122	3.364	2.087	679	1.653	1.096	607	TELA
1.331	1.253	2.098	15.418	10.044	5.374	3.387	1.017	2.858	1.839	943	SHT1
984	926	1.470	9.656	6.224	3.432	2.124	687	1.687	1.110	616	TNOB
702	672	993	6.594	4.308	2.286	1.512	460	1.158	754	424	PROF
1.331	1.253	2.098	15.418	10.044	5.374	3.387	1.017	2.858	1.839	943	SHQ1
984	926	1.470	9.656	6.224	3.432	2.124	687	1.687	1.110	616	SHO5
1.331	1.253	2.098	15.418	10.044	5.374	3.387	1.017	2.858	1.839	943	REPO
965	966	1.420	8.506	5.565	2.941	1.849	635	1.480	1.027	574	SSUP
445	428	752	5.360	3.442	1.918	1.107	379	959	670	327	JGLO
292	311	371	2.815	1.882	933	582	223	482	385	200	BIAL
247	268	315	2.318	1.564	754	488	182	413	318	163	SAME

**SÁBADO**

88	86	108	832	578	254	157	88	149	113	71	VBRA
88	86	108	832	578	254	157	88	149	113	71	SERA
268	227	454	3.543	2.335	1.208	780	245	632	452	226	CASA
(a)	(a)	(a)	4.682	3.167	1.515	1.040	301	877	668	289	SCOM
405	362	643	4.877	3.294	1.583	1.084	312	914	684	300	ANGE
522	489	816	5.788	3.989	1.799	1.322	387	1.061	854	365	HUCK
947	841	1.383	8.304	5.448	2.856	1.802	624	1.456	1.002	564	ZORR
496	475	755	4.596	3.025	1.571	943	354	793	628	315	ALTA
381	349	527	3.164	2.139	1.025	640	255	566	441	237	ZERO
324	297	448	2.689	1.818	871	544	217	481	375	201	SUCI

**DOMINGO**

(a)	(a)	(a)	—	—	(a)	(a)	(a)	(a)	(a)	(a)	GLCO
150	123	221	1.357	939	418	298	115	260	178	96	EMPR
606	499	876	3.424	2.533	891	784	335	622	499	293	GRUD
780	581	1.090	7.587	5.337	2.250	1.806	533	1.507	999	492	AUTO
767	606	1.192	8.073	5.646	2.427	1.875	573	1.593	1.088	517	ESPO
543	507	850	5.457	3.680	1.777	1.190	392	984	763	351	SHOV
543	507	850	5.457	3.680	1.777	1.190	392	984	763	351	TMAX
1.187	1.033	1.771	11.652	7.755	3.897	2.467	850	2.176	1.524	738	DFAU
1.983	1.817	3.172	23.801	15.996	7.805	5.347	1.710	4.522	2.926	1.401	EANT
619	581	981	6.467	4.218	2.248	1.522	452	1.000	670	327	JGLO



<b>Exibidora:</b>	RPC TV Guarapuava
<b>N.º de municípios:</b>	26
<b>População:</b>	634.558
<b>DTVs</b>	187.559
<b>Tespectadores potenciais:</b>	608.676
<b>IPC %</b>	0,278

Universos válidos até o último dia do mês, para efeito de planejamento.

MUNICÍPIO	POPULAÇÃO	DTV	TELEESPECTADORES POTENCIAIS	IPC
Bituruna	15904	4287	15037	0,006
Campina do Simão	4000	1020	3485	0,001
Candói	15074	4180	14166	0,005
Chopinzinho	18970	6017	18424	0,011
Coronel Vivida	21269	6847	20964	0,011
Cruz Machado	18076	4955	17095	0,005
Fernandes Pinheiro	5775	1640	5477	0,002
General Carneiro	13594	3680	12971	0,005
Guarapuava	168942	51074	165488	0,089
Honório Serpa	5701	1623	5366	0,002
Inácio Martins	10891	2712	9378	0,003
Irati	56807	17865	55953	0,028
Laranjeiras do Sul	30709	9513	29725	0,015
Paula Freitas	5491	1667	5374	0,002
Pinhão	29878	8004	27234	0,009
Pitanga	31827	9394	30184	0,012
Porto Barreiro	3226	973	2898	0,001
Porto Vitória	3958	1165	3781	0,002
Prudentópolis	48663	13905	45246	0,017
Rebouças	14268	4251	13419	0,005
Reserva do Iguaçu	7398	1865	6684	0,002
Rio Azul	14188	4082	13443	0,005
Rio Bonito do Iguaçu	12528	3325	11564	0,004
Teixeira Soares	10553	3019	10189	0,004
Turvo	13493	3888	13443	0,005



LONDRINA - PR

CASCADEL - PR

TABELA DE PREÇOS - TV TAROBÁ LONDRINA e CASCADEL - ABRIL a OUTUBRO/2018

DIA	HORA	PROGRAMA	COD.	GÊNERO	LONDRINA - PR			CASCADEL - PR		
					30	TEST 45	TEST 60	30	TEST 45	TEST 60
Seg a Sex	07h00	Primeira Hora	JOPH	Jornalismo	944,00	1.416,00	2.832,00	768,00	1.152,00	2.304,00
Seg a Sex	8h00	Café com Jornal	JORN	Jornalismo	450,00	-	-	1.170,00	-	-
Seg a Sex	08h30	Sempre Bem	PMSS	Saude	440,00	-	-	1.125,00	-	-
Seg a Sex	08h50	Cozinha do Bork	COBO	Feminino	490,00	-	-	1.285,00	-	-
Seg a Sex	09h50	Super Poderosas		Feminino	1.425,00	-	-	3.750,00	-	-
Seg a Sex	11h00	Jogo Aberto Esportes	JGAB	Esportes	1.247,00	-	-	-	-	-
Seg a Sex	11h00	Atualidades	ATUA	Variiedades	-	-	-	-	-	-
Seg a Sáb	12h00	Jornal Tarobá 1ª Edição	JTA1	Jornalismo	1.668,00	-	-	1.495,00	2.242,50	4.485,00
Seg a Sáb	12h45	Tarobá Esporte	TAES	Esportes	1.199,00	1.789,50	3.579,00	1.680,00	-	-
Seg a Sex	13h00	Tempo Quente	TBQU	Policial	1.547,00	2.320,50	4.641,00	1.562,00	2.343,00	4.686,00
Seg a Sex	14h00	Vitrine Revista	VIRE	Variiedades	1.132,00	1.696,00	3.396,00	1.512,00	2.268,00	4.536,00
Quarta	16h00	Liga dos Campeões	EURO	Futebol	4.665,00	-	-	1.134,00	1.701,00	3.402,00
Seg a Sex	15h00	Melhor da Tarde	MELH	Feminino	1.425,00	-	-	12.385,00	-	-
Seg a Sáb	16h00	Brasil Urgente - Nacional	BRUR	Jornalismo	1.400,00	-	-	3.750,00	-	-
Seg a Sex	17h40	Brasil Urgente Local	BRUL	Policial	-	-	-	3.755,00	-	-
Seg a Sex	18h00	Brasil Urgente Local	BRUL	Policial	-	-	-	1.512,00	2.268,00	4.536,00
Seg a Sex	18h40	Ponto de Vista	POVI	Comentário	1.589,00	2.374,50	4.749,00	-	-	-
Seg a Sex	18h55	Jornal Tarobá 2ª Edição	JTA2	Jornalismo	-	-	-	1.512,00	2.268,00	4.536,00
Seg a Sáb	19h20	Jornal da Band	JBAN	Jornalismo	1.314,00	-	-	1.812,00	-	-
Seg a Sáb	20h25	Amor proibido	AMPR	Novela	4855,00	-	-	12.940,00	-	-
Seg a Sáb	22h10	VideoNews	VD20	Entretenimento	2.560,00	-	-	6.830,00	-	-
Ter a Sex	01h25	Cine+	CINM	Filme	1.500,00	-	-	4.040,00	-	-
Segunda	22h30	Planeta Terra	TERR	Documentario	425,00	-	-	1.160,00	-	-
Segunda	23h45	Viagens ao Redor do Mundo	VIMU	Entretenimento	2.985,00	-	-	7.950,00	-	-
Segunda	01h25	Show Business	SBUS	Entretenimento	1.885,00	-	-	5.025,00	-	-
Terça	22h30	Pesadelo na Cozinha	PECR	Reality	1.540,00	-	-	4.090,00	-	-
Terça	22h30	Master Chef	MCHE	Reality	1.865,00	-	-	5.010,00	-	-
Quarta	22h30	Quarta no Cinema	QUAC	Filmes	5.735,00	-	-	15.440,00	-	-
Quinta	22h30	Senhor dos Ceus	CEUS	Serie	2.135,00	-	-	5.635,00	-	-
Quinta	22h30	Guest c/ Sara Presoto	GUES	Eventos	2.985,00	-	-	7.950,00	-	-
Sexta	22h30	Espaço Musical	MUSI	Musical	1.329,00	1.993,50	3.987,00	-	-	-
Seg a Sex	00h30	Jornal da Noite	JNOI	Jornalismo	3.465,00	-	-	9.110,00	-	-
Sábado	06h00	Gente que Faz	GEFA	Entretenimento	1.000,00	-	-	2.655,00	-	-
Sábado	07h00	Guest c/ Sara Presoto - Reprise	GUES	Entretenimento	-	-	-	914,00	1.371,00	2.742,00
Sábado	08h00	Tarobá Entrevista	TAEN	Entrevista	1.329,00	1.993,50	3.987,00	-	-	-
Sábado	08h00	Canta Paraná	CAPA	Musical	999,00	-	-	-	-	-
Sábado	10h00	Café e Fé (Cascavel)	FECA	Entretimento	-	-	-	929,00	1.394,50	2.789,00
Sábado	10h30	Entretendo	ENTR	Cinema	-	-	-	-	-	-
Sábado	11h15	TV Sertão	TVSE	Entretenimento	871,00	1.306,50	2.613,00	-	-	-
Sábado	11h00	Canal Geral	CAGE	Entretenimento	871,00	-	-	-	-	-
Sábado	11h50	Tempo Quente	TEQU	Policial	-	-	-	823,00	1.394,50	2.789,00
Sábado	13h00	Tarobá Circulando	TARC	Entretenimento	1.547,00	2.320,50	4.641,00	1.512,00	2.268,00	4.536,00
Sábado	12h30	Os Simpsons Sab	SISD	Serie	-	-	-	992,00	1.488,00	2.976,00
Sábado	13h30	NBB - Novo Basquete Brasil	NBBC	Esporte	1.255,00	-	-	3.315,00	-	-
Sábado	14h00	Jogo Aberto Esportes	JGAB	Esporte	2510,00	-	-	6.655,00	-	-
Sábado	18h50	Jogo Aberto Entrevista	JOAB	Entrevista	1.247,00	-	-	-	-	-
Sábado	22h00	Justiça Implacavel	IMPJ	Serie	1.134,00	-	-	1.512,00	-	-
Sábado	23h30	Amury Jr	AMUR	Show	1.500,00	-	-	4.040,00	-	-
Sábado	01h30	Cinema na Madrugada	CIMD	Filme	1.540,00	-	-	4.090,00	-	-
Domingo	06h00	Tarobá Rural	TARU	Agronagócio	425,00	-	-	1.160,00	-	-
Domingo	07h00	Santa Mísa Local	SAMI	Religioso	860,00	1.290,00	2.580,00	-	-	-
Domingo	07h45	Tarobá Rural	TARU	Agronagócio	-	-	-	-	-	-
Domingo	08h00	Reles do Paraná	RAPA	Entretenimento	-	-	-	964,00	1.446,00	2.892,00
Domingo	08h30	Café e Fé (Londrina)	FECA	Religioso	-	-	-	-	-	-
Domingo	08h30	Mercado e Companhia	MCAI	Vendas	-	-	-	-	-	-
Domingo	10h25	Hora de Adorar	HORA	Religioso	-	-	-	929,00	1.394,50	2.789,00
Domingo	09h00	Cantação & Viola	CAVI	Sertanejo	859,00	-	-	-	-	-
Domingo	10h30	Tarobá Entrevista	TAEN	Entrevista	859,00	1.289,50	2.579,00	-	-	-
Domingo	11h00	Amigos do Teodoro e Sampaio	AMTS	Entretenimento	-	-	-	1.208,00	-	-
Domingo	12h00	Tarobá Automovel	TAAU	Entretenimento	-	-	-	-	-	-
Domingo	11h00	Show do Mei	SMEI	Entretenimento	859,00	1.289,50	2.579,00	-	-	-
Domingo	14h00	Band Esporte Clube	CLUS	Esporte	1.255,00	-	-	3.315,00	-	-
Domingo	12h00	Os Simpsons - Domingo	SISD	Serie	1.255,00	-	-	3.315,00	-	-
Domingo	16h00	Sessão Livre	SELD	Filme	1.255,00	-	-	3.315,00	-	-
Domingo	17h00	Documentários BBC	BBCD	Entretenimento	1.395,00	-	-	3.655,00	-	-
Domingo	17h50	Terceiro Tempo	TEP3	Esporte	1.380,00	-	-	3.645,00	-	-
Domingo	19h45	Só Risos	RISO	Entretenimento	2.155,00	-	-	5.725,00	-	-
Domingo	22:00	Domingo no Cinema	DONC	Filme	1.900,00	-	-	-	-	-
Domingo	22:00	Domingo no Cinema	DONC	Filme	1.900,00	-	-	5.135,00	-	-

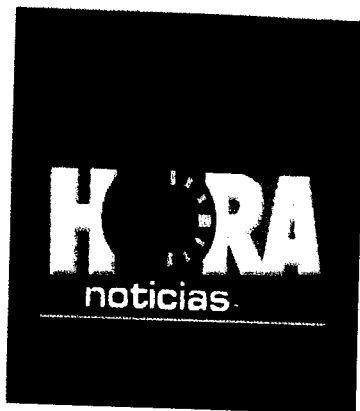




**TAROBÁ CASCAVEL**  
166 Municípios  
3.471.779 Habitantes  
1.137.420 DTVs

Municípios	População	DTV's	% IPC PR
ALTO PIQUIRI	10.112	3.371	0,0684
ALTONIA	21.184	7.061	0,1733
AMAPORA	5.767	1.922	0,0384
AMPERE	18.068	6.023	0,1406
ANAHY	2.864	955	0,0207
ANDARA	20.513	6.838	0,1596
ARARUNA	13.690	4.563	0,1043
ASSIS CHATEAUBRIAND	33.325	11.108	0,2488
BARRAÇAO	9.983	3.328	0,0679
BELA VISTA DA CAROBA	3.811	1.270	0,0238
BITURUNA	16.118	5.373	0,0907
BOA ESPERANCA	4.429	1.476	0,0324
BOA ESPERANCA DO IGUAÇU	2.685	895	0,0187
BOA VISTA DA APARECIDA	7.838	2.613	0,0532
BOM JESUS DO SUL	3.725	1.242	0,0210
BOM SUCESSO	6.767	2.256	0,0520
BOM SUCESSO DO SUL	3.302	1.101	0,0244
BRAGANEY	5.657	1.886	0,0409
BRASILANDIA DO SUL	3.028	1.009	0,0216
CAFELANDIA	16.000	5.333	0,1285
CAMBARA	24.547	8.182	0,1920
CAMPINA DA LAGOA	15.050	5.017	0,1043
CAMPO BONITO	4.226	1.409	0,0297
CAMPO MOURAO	90.442	30.147	0,8907
CAPANEMA	18.843	6.281	0,1535
CAPITAO LEONIDAS MARQUES	15.344	5.115	0,1299
CASCAVEL	303.067	101.022	3,1271
CATANDUVAS	10.253	3.418	0,0762
CEU AZUL	11.356	3.785	0,0936
CHOPINZINHO	19.633	6.544	0,1727
CIANORTE	74.936	24.979	0,6695
CIDADE GAUCHA	11.698	3.899	0,0932
CLEVELANDIA	17.088	5.696	0,1230
CORBELIA	16.674	5.558	0,1402
CORONEL VIVIDA	21.503	7.168	0,1752
CRUZ MACHADO	18.379	6.126	0,0909
CRUZEIRO DO IGUAÇU	4.291	1.430	0,0320
CRUZEIRO DO OESTE	20.725	6.908	0,1664
DIAMANTE DO NORTE	5.392	1.797	0,0424
DIAMANTE DO SUL	3.504	1.168	0,0171
DIAMANTE D'OESTE	5.136	1.712	0,0295
DOIS VIZINHOS	37.990	12.663	0,3201
ENEAS MARQUES	6.085	2.028	0,0570
ENGENHEIRO BELTRAO	14.016	4.672	0,1201
ENTRE RIOS DO OESTE	4.170	1.390	0,0421
ESPERANCA NOVA	1.885	628	0,0146
FLOR DA SERRA DO SUL	4.716	1.572	0,0310
FORMOSA DO OESTE	7.238	2.413	0,0590
FOZ DO IGUAÇU	258.354	86.118	2,0947
FRANCISCO ALVES	6.321	2.107	0,0472
FRANCISCO BELTRAO	83.776	27.925	0,7749
GENERAL CARNEIRO	13.757	4.586	0,0767
GOIOERÉ	29.128	9.709	0,2498
GUAIRA	31.742	10.581	0,2570
GUAIRACA	6.370	2.123	0,0512
GUAPOREMA	2.248	749	0,0163
GUARANIACU	13.909	4.636	0,1015
GUARAPUAVA	173.454	57.818	1,3341
HONORIO SERPA	5.721	1.907	0,0340
IBEMA	6.202	2.067	0,0437
IGUAÇU	2.254	751	0,0144
IPORA	14.684	4.895	0,1180
IRATI	2.488	829	0,0168
ITAIPULANDIA	58.145	19.382	0,4938
ITAPEJARA D'OESTE	9.859	3.286	0,0759
ITAIUNA DO SUL	11.107	3.702	0,0871
JACAREZINHO	3.348	1.116	0,0217
JESUITAS	39.424	13.141	0,3102
JURANDA	8.840	2.947	0,0657
LARANJEIRAS DO SUL	7.571	2.524	0,0524
LINDOESTE	31.392	10.464	0,2282
LOANDA	5.145	1.715	0,0411

Municípios	População	DTV's	% IPC PR
MARMELEIRO	14.144	4.715	0,1182
MATELANDIA	16.840	5.613	0,1322
MEDIANEIRA	43.628	14.543	0,3777
MERCEDES	5.250	1.750	0,0452
MIRADOR	2.298	766	0,0163
MISSAL	10.613	3.538	0,0865
MOREIRA SALES	12.499	4.166	0,0850
NOVA ALIANÇA DO IVAI	1.480	493	0,0116
NOVA AURORA	11.433	3.811	0,0946
NOVA CANTU	6.714	2.238	0,0438
NOVA ESPERANCA DO SUDOESTE	5.108	1.703	0,0397
NOVA LARANJEIRAS	12.017	4.006	0,0592
NOVA PRATA DO IGUAÇU	10.495	3.498	0,0784
NOVA SANTA ROSA	7.882	2.627	0,0725
OURO VERDE DO OESTE	5.833	1.944	0,0458
PALMAS	46.062	15.354	0,2978
PALMEIRA	32.942	10.981	0,2618
PALOTINA	29.983	9.994	0,2794
PARAISO DO NORTE	12.583	4.194	0,1034
PARANACITY	10.748	3.583	0,0856
PARANAVAI	84.482	28.161	0,7536
PATO BRAGADO	5.133	1.711	0,0486
PATO BRANCO	76.572	25.524	0,8077
PAULA FREITAS	5.622	1.874	0,0391
PEABIRU	13.833	4.611	0,0969
PEROBAL	5.840	1.947	0,0452
PEROLA	10.635	3.545	0,0935
PEROLA D'OESTE	6.649	2.216	0,0487
PINHAL DE SAO BENTO	2.677	892	0,0158
PLANALTA DO PARANA	4.178	1.393	0,0319
PORTO BARREIRO	13.665	4.555	0,1007
PRANCHITA	3.532	1.177	0,0231
PRUDENTOPOLIS	5.490	1.830	0,0496
QUARTO CENTENARIO	50.205	16.735	0,3210
QUATRO PONTES	4.760	1.587	0,0418
QUEDAS DO IGUAÇU	3.900	1.300	0,0432
RAMILANDIA	32.035	10.678	0,2169
REALIZA	4.271	1.424	0,0218
REALIZA	16.637	5.546	0,1432
RENASCENÇA	6.846	2.282	0,0662
RONDON	9.246	3.082	0,0747
SALGADO FILHO	4.134	1.378	0,0321
SALTO DO LONTRA	14.159	4.720	0,1017
SANTA CRUZ DE MONTE CASTELO	8.031	2.677	0,0639
SANTA HELENA	24.655	8.218	0,2030
SANTA ISABEL DO IVAI	8.737	2.912	0,0729
SANTA IZABEL DO OESTE	13.756	4.585	0,0941
SANTA LUCIA	3.907	1.302	0,0279
SANTA MONICA	3.739	1.246	0,0262
SANTA TEREZA DO OESTE	10.317	3.439	0,0771
SANTA TEREZINHA DE ITAIPU	21.904	7.301	0,1736
SANTO ANTONIO DA PLATINA	44.125	14.708	0,3815
SANTO ANTONIO DO CAIUA	2.711	904	0,0191
SANTO ANTONIO DO SUDOESTE	19.455	6.485	0,1268
SAO JOAO	10.529	3.510	0,0848
SAO JOAO DO CAIUA	5.923	1.974	0,0407
SAO JORGE DO PATROCINIO	5.931	1.977	0,0484
SAO JORGE D'OESTE	9.121	3.040	0,0701
SAO JOSE DAS PALMEIRAS	3.787	1.262	0,0263
SAO MATEUS DO SUL	43.292	14.431	0,3213
SAO MIGUEL DO IGUAÇU	26.516	8.839	0,2081
SAO PEDRO DO IGUAÇU	6.315	2.105	0,0446
SAUDADE DO IGUAÇU	5.226	1.742	0,0411
SERRANOPOLIS DO IGUAÇU	4.566	1.522	0,0451
SULINA	3.264	1.088	0,0272
TAMBOARA	4.855	1.618	0,0405
TAPEJARA	15.259	5.086	0,1152
TELEMACO BORBA	73.547	24.516	0,6170
TERRA RICA	15.872	5.291	0,1289
TERRA ROXA	17.109	5.703	0,1440
TIBAGI			



Laranjeiras do Sul , 14 de Junho de 2018

Segue orçamento de inserções referentes as vinculações de atos e campanhas institucionais referente a órgãos públicos e privados , a empresa J.C Sandmann zela pelos interesses da transparência e isonomia , sempre divulgando eletronicamente para que o maior número de pessoas saibam dos atos de interesses públicos e campanhas de empresas privadas , levando em consideração que atualmente este site eletrônico tem alcance mundial , e visualizações diárias conforme GOOGLE ANALITICS de 22Mil chegando a 25 Mil visualizações por dia , seu foco principal é a região da Cantuquiriguaçu , território que compõe 22 municípios , mas abrange um área sem fronteiras dentro das redes mundiais de computadores.

**Orçamento para INSERÇÕES**

1 Inserção semanal \_ R\$280,00

2 Inserção Semanal \_ R\$500,00

1 Inserção na Página FIXA na LATERAL e Matéria \_ R\$1.500,00 ( Mensal)

1 Matéria de Interesse Público \_ R\$400,00

Publicação Oficial (1/2 Página ) \_ R\$450,00

Notas de retratação \_ R\$250,00

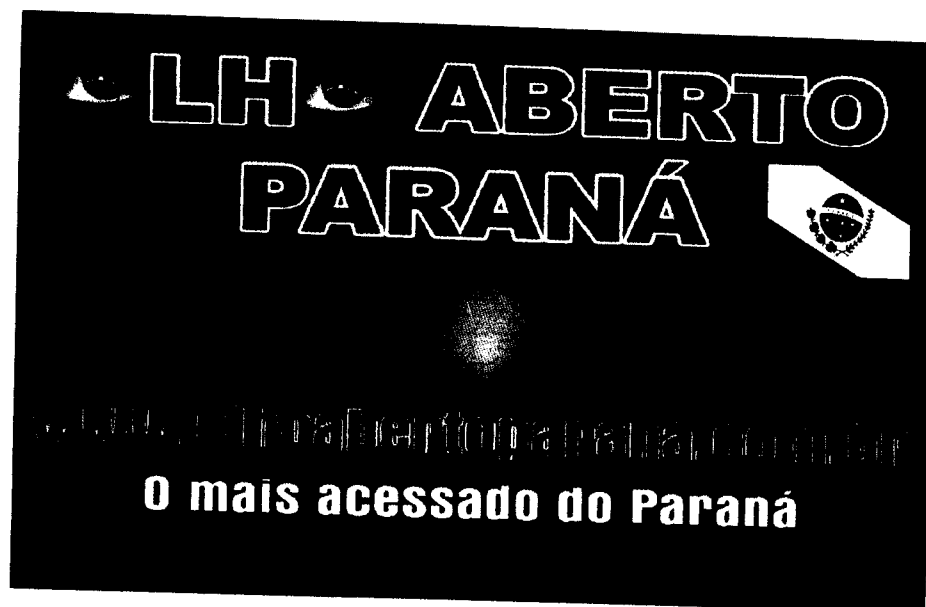
Notas de Extravio de Documento \_ R\$150,00

Registro de Documentos Públicos ( ½ Pagina) \_ R\$150,00

Inserções de Matérias DIÁRIAS \_ R\$2.500,00 Mensal

Empresa – J.C Sandmann Comunicação Visual – ME

CNPJ – 11492033/0001-12



Blog Olho Aberto Paraná está a 10 anos no mercado / internet , com média diária de 180 mil acessos (dias úteis) e com média de 100 mil acessos nos feriados e finais de semana. Banner lateral 600X400 pixels

R\$ 2.000,00 (dois mil reais) - mensal

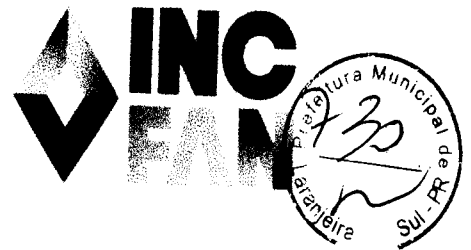
Minotto

Diretor

whatsapp 42-99102-8281



Proposta Comercial N° 003 / 2018



Curitiba/PR, 11 DE JUNHO DE 2018

**CAMPANHA: PREFEITURA DE LARANJEIRAS DO SUL/PR**

**1. OBJETIVO ESPECÍFICO:**

Aumentar a capacidade da Prefeitura de LARANJEIRAS DO SUL de difundir dados e informações para a população de forma prática, oferecendo conteúdo relevante e frequente através das mídias sociais Facebook e Instagram, devido sua maior capilaridade. O gerenciamento das informações passará pela assessoria de comunicação da prefeitura, garantindo a correta abordagem do público e integridade da informação.

**2. FASES DO SERVIÇO PROPOSTO:**

- A. Patrocínio de 01 VÍDEO e 01 POST na página oficial da prefeitura no Facebook e/ou Instagram;
- B. Direcionado para o público específico: cidades de LARANJEIRAS DO SUL - PR;
- C. Emissão de relatórios analíticos e resultados obtidos com o patrocínio (Facebook ADS).

**3. PERÍODO DA AÇÃO: 30 DIAS**

**INVESTIMENTO: R\$ 5.922,87**

**CONTRATADA: INCFAN SISTEMAS E SERVIÇOS LTDA  
EDUARDO CARMONA ANTELMO (SÓCIO ADMINISTRADOR)**

**CNPJ: 07.567.751/0001-33**

**07.567.751/000-33**

**INCFAN SISTEMAS & SERVIÇOS LTDA - ME**

**Correio**  
DO POVO DO PARANÁ

GRÁFICA EDITORA CANTU LTDA - CNPJ: 02.175.166/0001-74

www.jcorreiodopovo.com.br



A empresa Gráfica Editora Cantu Ltda - EPP, inscrita no CNPJ sob o Nº 02.175.166/0001-74, responsável pela editora e circulação do Jornal Correio do Povo do Paraná, em através deste apresentar orçamento conforme solicitação abaixo:

Item	DESCRIÇÃO DO PRODUTO	Unid.R\$	R\$ TOTAL
01	Proposta para inserção de 1 página cor em página indeterminada	1.700,00	1.700,00

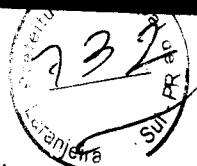
Laranjeiras do Sul/Paraná, 05 de Junho de 2018

  
02.175.166/0001-74  
Gráfica Editora Cantu Ltda - EPP



Gráfica \* Jornal \* Comunicação Visual

 **(42) 3653-1972**



Av. Getúlio Vargas, 830 'A' \* Centro  
85340-000 \* Rio Bonito do Iguazu \* Paraná  
xagugrafica@gmail.com

### Orçamento

01 Página Colorida - Contra Capa - Tamanho da Impressão 26 x 35 cm - Valor R\$ 1.000,00

# LPL SERVIÇOS



## PROPOSTA DE MÍDIA PAINÉIS DE LED

Os painéis de LED usados como mídias externas fazem com que as pessoas que transitam fiquem curiosas em conhecer o produto anunciado, credibiliza caso já o conheça e mantém a população informada. O maior benefício é que os painéis de LED trabalham a qualquer hora, em qualquer tempo e continuam fazendo marketing por você.

Se a primeira impressão é a que fica, é importante investir na aparência do seu trabalho. A mídia externa também ajuda neste aspecto. Mostra para o cliente que você é um empreendedor/gestor versátil, que investe em design e beleza.

## VANTAGENS PARA O ANUNCIANTE

1. Um painel desse porte e dessa resolução chama muita atenção de todos que passam pelo local.
2. Sua empresa é vista 240 vezes ou mais por dia em cada painel.
3. Alta tecnologia para visualização de texto, fotos e imagens em movimentos.
4. Por estar em uma localização privilegiada a visibilidade diária do painel é muito grande.
5. Possibilidade de alteração de conteúdo em tempo real.

### Qual é a localização dos painéis?

Os painéis estão situados na XV de Novembro e 7 de Setembro.

### Qual é o horário de funcionamento do painel?

Das 07:00h às 00:00h, 7 dias por semana.

### Qual é a quantidade de inserções diárias? E mensais?

240 vezes por dia e 7.200 vezes por mês em cada painel.

### Qual é a resolução do vídeo?

A partir de (854x480): É a resolução comum dos filmes em DVDs e a melhor resolução para transmissão online.

### Qual é o tamanho do painel e sua resolução?

O painel da XV de Novembro possui 5m X 2m e sua resolução é p10, ou seja, a melhor resolução disponível no mercado. O painel da 7 de Setembro possui 4m x 2m e sua resolução é p8 com altíssima qualidade.

# LPL SERVIÇOS



INVESTIMENTO PARA OS DOIS PAINÉIS

R\$ 3 200,00 MENSAIS

480 INSERÇÕES AO DIA

14400 INSERÇÕES AO MÊS

CUSTO POR INSERÇÃO R\$ 0,22

Ficamos satisfeitos em contar com seu apoio em nossa grade de programação. Agradecemos a atenção.

Atenciosamente

Rafael Luquini

Representante Comercial





0







Procesamiento  
Roberty Kotska  
Siviana Pantoja

792  
Sul - RR - 00

## Raciocínio Básico

Laranjeiras do Sul é um município da região centro-sul paranaense, com população estimada de aproximadamente 32.379 mil habitantes (previsão IBGE 2017), que vivem em uma área de 672 km<sup>2</sup>, sendo a maioria residente na área urbana, 23.778 habitantes, e 6.462 na área rural. Possui mais mulheres do que homens, com 15.495 do sexo feminino e 14.745 do masculino. Seu nome tem origem na palavra indígena "Nerinhê", que significa laranja. Esse nome foi dado pois a região possuía diversas laranjeiras silvestres e era habitada por índios Dorins, arredios e selvagens. Depois incluiu-se a designação "do sul", para diferenciar de outras cidades que já existiam com o mesmo nome. A cidade como conhecemos hoje começou a ser construída com a criação do Distrito Policial em 25 de abril de 1898, pela Lei Estadual 185. Foi capital do Território Federal do Iguazu entre 1943 a 1946, de onde foram emancipados doze novos municípios. Porém, só tornou-se município em 30 de novembro de 1946, com o nome de Iguazu. No ano seguinte, o nome foi alterado para Laranjeiras do Sul.

A cidade tem como base econômica a indústria madeireira, de móveis, mecânica e de produtos alimentares, representando essas 77% do Produto Interno Bruto Municipal. Porém, a agricultura também é destaque em Laranjeiras do Sul, com plantação de soja, trigo, milho, feijão e mandioca sendo as principais culturas do município.

O Índice de Desenvolvimento Humano de Laranjeiras do Sul vem crescendo consideravelmente. Em 2000, o IDHM era de 0,598. Já em 2010 passou para 0,706, nível considerado médio. A dimensão comparativa que mais cresceu durante o período em termos absolutos foi educação, seguida por longevidade e por renda.

Tudo isso ratifica o potencial que o município tem para crescer e oferecer ainda mais para a sua população, como qualidade de vida elevada, bem-estar, novas oportunidades de empregos e serviços, aumento de renda, prestação de serviços públicos de qualidade e melhorias no espaço físico do município como um todo.

Porém, com o passar dos anos o desenvolvimento, o bem-estar e a qualidade de vida dos laranjeirenses-do-sul já não estavam em primeiro plano para a administração pública municipal. Má administração do dinheiro público, condutas inadequadas, falta de transparência e a crise nacional que alastrou-se pelo país agravou-se ainda mais a economia, o bem-estar e a autoestima dos cidadãos. Desvios de dinheiro público.



políticos envolvidos em escândalos, caixa dois para campanhas políticas, licitações irregulares, mecanismos de governança antiquados, partidos políticos sem confiança, falta de transparência nos gastos públicos como um todo, são alguns exemplos do que trouxe a falta de credibilidade para a população brasileira e também laranjeirenses-do-sul. Mas graças ao novo posicionamento da administração pública do município essa realidade está sendo mudada e a credibilidade moral e ética da Prefeitura de Laranjeiras do Sul está sendo recuperada desde o início de 2017. Desde então está sendo colocada em prática uma gestão pautada no rigor para a aplicação do dinheiro público, com políticas públicas que visam o bem-estar e o crescimento da cidade com planejamento, transparência e rigor, buscando ultrapassar os objetivos propostos e alcançados, ampliando o diâmetro do seu trabalho com serviços de qualidade e obras, sempre embasados na legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência.

Com todas essas mudanças, o cenário do município já se alterou. Obras e melhorias estão sendo realizadas em todos os setores, e a população vem acompanhando toda essa transformação com ações que estão melhorando suas vidas, com serviços de qualidade, obras e com a recuperação da alma da cidade.

Por isso esse é o momento ideal para lançar uma campanha publicitária que reforce essa transformação pela qual o município vem passando, dando ênfase a obras importantes como o maior plano de mobilidade urbana da história do município, onde a Prefeitura está levando asfalto e calçamento para o centro e os bairros, e recuperando as estradas do interior.

Também é necessário identificar aonde estão sendo investidos os mais de R\$ 21 milhões em recursos conquistados em 2017, com melhorias nas principais áreas, como saúde, educação e infraestrutura. Essa campanha deverá abrir os olhos da população para atual conjuntura de Laranjeiras do Sul.

É hora de elevar a autoestima de todos, demonstrando que o município é um lugar ótimo para se viver e despertando o amor dos moradores de Laranjeiras do Sul por sua terra. Para isso é necessário desenvolver uma campanha publicitária criativa, emotiva e inteligente, que além de demonstrar as melhorias realizadas pela administração pública municipal, eleve esse sentimento de patriotismo dos laranjeirenses-do-sul por sua cidade.



## Estratégia de Comunicação Publicitária

A estratégia de comunicação é realizada através de um conjunto de decisões integradas que permitem que a publicidade atinja os objetivos esperados. Assim, é necessário definir: o objetivo da campanha, o público-alvo, o mix de comunicação, o orçamento disponível e a estratégia criativa. Através do briefing e do raciocínio básico a licitante estipulou que o objetivo da campanha da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul é massificar e consolidar a mudança que o município vem vivendo, dando ênfase as obras e serviços realizados, recuperando a alma da cidade e aumentando a autoestima de seus munícipes. A campanha tem como público-alvo toda a população da cidade, de ambos os sexos, todas as idades, que vivem tanto no perímetro urbano como rural. Como orçamento o valor estipulado é de R\$ 150.000,00 para produção, criação e veiculação das peças para a campanha. Porém, deve-se seguir critérios como melhor distribuição da mídia e economicidade. O mix de comunicação deve seguir o solicitado pela Prefeitura, ou seja, rádio, jornal e outdoor. Essas mídias se complementam, atingindo todos os moradores do município.

Na estratégia criativa, para demonstrar todo o esforço da Prefeitura Municipal e de sua atual administração, demonstrando o processo de reestruturação e modernização pelo qual a cidade está passando, a licitante desenvolveu o mote: "Prefeitura de Laranjeiras do Sul. Construindo uma nova cidade." Através dele demonstramos que a administração pública atual do município está modernizando a cidade, visando sempre o bem-estar e a qualidade de vida da sua população. Esse mote também representa uma quebra entre a gestão anterior a 2016 e a atual, mostrando os esforços em mudar o cenário e a forma de administrar o município, com planejamento, idoneidade, utilizando da legalidade, moralidade, eficiência e transparência para com a população do município. Desta forma construímos um novo relacionamento com o público-alvo, demonstrando a grande transformação que Laranjeiras do Sul vem passando e que passará nos próximos anos e envolvendo os moradores na parte positiva da história do município, recuperamos algo importante e precioso para a população do município, sua alma e seu patriotismo.

Para mostrar as obras e melhorias que estão sendo realizadas, reforçando também o maior plano de mobilidade urbana da cidade que já está em execução, criamos uma peça ilustrativa e lúdica, com uma montagem de vários elementos que demonstram o trabalho



para construir uma cidade melhor e também fazendo com que a população enxergue um amanhã ainda melhor para Laranjeiras do Sul, com desenvolvimento, qualidade de vida e bem-estar para seus moradores. Um dos objetivos dessa campanha publicitária é recuperar a alma da cidade, aumentando a autoestima dos cidadãos laranjeirenses-do-sul e o orgulho de se viver no município. Por isso escolhemos ilustrar a população do município com personagens, pessoas comuns que vivem o dia a dia da cidade, como o centro da atenção de cada peça. Assim demonstramos a preocupação da atual administração com as pessoas e seu bem-estar. Para descrever as ações e transmitir as informações como valores e onde estão sendo aplicados os R\$ 21 milhões em recursos, utilizamos textos envolventes e diretos, que conversam com a população e explicam sobre o posicionamento da atual administração, colocando as pessoas em primeiro plano, com planejamento e administração correta do dinheiro público, investindo naquilo que realmente Laranjeiras do Sul e seus munícipes precisam.

Peças:

Jornal: para ilustrar as transformações que estão acontecendo no município, principalmente na área urbana, representamos o Programa de Pavimentação, que está levando asfalto e calçamento para os bairros e para o centro, através de um maquinário, a máquina de rolo compressor.

Ela traz a identidade do que os leitores estão vendo nas ruas para a peça. Usamos a Igreja Matriz como forma de identificar rapidamente que o anúncio se trata de Laranjeiras do Sul, uma cidade com grandes histórias e com um futuro promissor. A família reforça a preocupação da atual administração com a população, seu bem-estar e sua qualidade de vida. Usamos elementos que integram a peça para ilustrar outras áreas que também são importantes para a população, como saúde com a linha que mede os batimentos cardíacos, o coração, e os livros representando a educação.

Os textos complementam a peça, dando informações importantes aos leitores, como o maior programa de mobilidade urbana do município e os R\$ 21 milhões em recursos. Incluímos na peça o site da Prefeitura, onde os munícipes poderão encontrar mais informações sobre a atual administração, as obras e os serviços. E para a assinatura, utilizamos o logotipo da Prefeitura e o slogan da campanha.



Outdoor: nessa peça escolhemos representar a área rural, importante para o município que vem recebendo melhorias significativas. Por se tratar de uma mídia de rápida leitura, usamos uma montagem com um casal de produtores rurais, um caminhão e uma colheitadeira carregando a produção e a estrada que vem recebendo calçamento e melhorias pela Prefeitura Municipal. Usamos um título envolvente que fala sobre as melhorias também no interior, voltado ao bem-estar, desenvolvimento e qualidade de vida. Usamos o site da Prefeitura para que os munícipes acessem e saibam mais sobre as obras e realizações da atual administração. E como assinatura utilizamos o logotipo e o slogan, unificando a peça a campanha.

Spot: para essa mídia, utilizamos o depoimento de uma pessoa comum, moradora do município, representando a população laranjeirenses-do-sul como um todo. A fala de uma mulher simples, dona de casa, com linguagem coloquial, compara a administração de uma cidade com seu cotidiano, ou seja, com os cuidados de uma casa. Com sua fala pretendemos aproximar a população da atual administração pública, criando um canal de comunicação eficiente e transparente, demonstrando o quanto é importante agir em prol dos cidadãos, como em uma família, com dedicação, honestidade, caráter, transparência e integridade. Deixamos claro no spot que a Prefeitura tem essa visão e mudou a forma de administrar o município desde 2017. E o resultado disso é uma cidade melhor e mais desenvolvida, com qualidade de vida, bem-estar, obras e melhorias necessárias, como o maior Programa de Mobilidade Urbana do município, que está levando asfalto e calçamento ao centro e bairros e está recuperando as estradas do interior. Também falamos sobre esse ser o momento certo para se ter orgulho de viver em uma cidade como Laranjeiras do Sul, que preocupa-se com seus cidadãos. Para assinar o material, utilizamos a Prefeitura municipal juntamente com o slogan da campanha, unificando a peça as demais.

Desta forma a campanha criada pela licitante cumpre o objetivo principal do briefing e vai além, transformando-se em algo maior, que transmite o real sentimento dos laranjeirenses-do-sul pela cidade, através de peças que identificam o orgulho de cada um em viver em um município que investe em qualidade de vida, bem-estar e de uma administração pública que coloca cada morador como objetivo principal de cada ação.



## Estratégia de Mídia e não mídia

O pensamento estratégico de mídia tem como objetivo atender às necessidades de comunicação através de uma integração com a criação e o planejamento, com argumentos e dados adequados que respaldem a definição de meios e veículos para atingir o público-alvo, com resultados. Para definir uma estratégia de mídia eficaz, iniciamos nosso trabalho buscando meios que façam parte do cotidiano do target, visando atingir maior visibilidade, flexibilidade, audiência, penetração e acesso.

**Objetivos de Mídia** – Mostrar que a cidade de Laranjeiras do Sul, desde 2017, vem passando por uma grande transformação. São diversas obras, serviços por toda a cidade e de forma transparente demonstra onde os recursos conquistados estão sendo aplicados e afirmar que Laranjeiras do Sul pode ser um lugar ainda melhor para se viver.

**Público-alvo** – Todos os moradores da cidade de Laranjeiras do Sul

**Período** - O período da campanha simulada será de 30 dias – agosto

**Seleção dos meios** - Considerando as necessidades e objetivos do público-alvo, selecionamos a seguinte plataforma de meios de comunicação.

**Hábitos de consumo**

### Rádio

O rádio é o segundo meio de comunicação com alcance, é regionalizado o que permite grande índice de fidelidade. O rádio é companheiro do ouvinte seja em casa, nos carros, via web, atividades de lazer e esportivas. Com isso as chances de alcance ao público objetivo são grandes. Tem condições de transmitir a informação com mais rapidez do que qualquer outro meio. Entre os meios de comunicação de massa, é o mais popular e o de maior alcance, muitas vezes o único a levar a informação para regiões que ainda não têm acesso a outros meios. Segundo a Ipsos Connect (Mídia Dados) o rádio tem penetração de 58%, assim distribuída na classe econômica: 4% classe A, 20% B, 50% C e 18% D/E. Atinge 38% da faixa etária entre 10 e 29 anos, 37% entre 30 e 39 anos, 20% entre 40 e 49 anos e 18% acima de 50 anos.

### Jornal

Meio de comunicação impresso de periodicidade variada que por ser impresso, dá maior credibilidade e confiança à mensagem. Permite maior detalhamento sobre a informação. O leitor identifica-se com o jornal, independentemente da linha editorial, já que é esse veículo que informa o que lhe interessa mais de perto. O jornal também possibilita a ampliação do alcance da população em geral. Sua penetração é de 48%, tendo como perfil dos consumidores – 41% classe AB, 48% C e 12% D, sendo 64% na faixa etária entre 20 e 49 anos e 23% acima dos 50 anos. Fonte: Ipsos Connect (Mídia Dados).

### Não Mídia

Os canais de não mídia disponibilizam diversas possibilidades que se somam à estratégia da campanha como forma de impactar os públicos distintos. São materiais que fornecem informações relevantes e complementares, sendo indispensável para o êxito da campanha. Sua distribuição se faz sem custos de veiculação, em locais estratégicos e diversificados.

### Tática de Mídia

De acordo com o público-alvo elaboramos a descrição da campanha e distribuição dos valores utilizados para cada meio e veículo, detalhado em anexo, com valores absolutos e relativos em percentuais.

Plano simulado e distribuição das peças

Levamos em conta o público-alvo

o perfil de programação, do público, para o jornal a tiragem e o número de leitores, outdoor a localização.

#### Rádio

Foram selecionadas as principais emissoras que tem abrangência na cidade de Laranjeiras do Sul – Rádio Educadora, Rádio Campo Aberto e Rádio Líder Sul - com o objetivo de ter uma grande cobertura e alta frequência para dar um resultado eficaz. O formato utilizado para a veiculação da campanha em rádio será um jingle com duração de 30" e todas as inserções serão no período da campanha. Serão 858 inserções.

#### Jornal

Selecionamos os principais jornais que circulam na cidade de Laranjeiras do Sul. Serão 24 anúncios de 1 página em cores, assim distribuídos: 20 anúncios no Jornal da Correo do Povo e 4 anúncios no Jornal Xagu. O Jornal Correo do Povo foi escolhido pelas suas características. Tem tiragem de 6.000 mil exemplares com circulação diária de terça-feira á sábado, e o Jornal Xagu foi escolhido pelas suas características. Tem tiragem de 1.500 mil exemplares com circulação bissemanal de terça-feira a sexta-feira.

#### Não Mídia

##### Mídia Exterior Outdoor

As peças de não mídia reforçam a comunicação visual e o conceito da campanha. Apresentamos as peças detalhadas na ideia criativa.

É uma mídia de grande impacto visual que permanece 24 horas, em exposição. Dará uma grande visibilidade para a campanha para diferentes públicos, ampliando o alcance e frequência da exposição.

O outdoor é uma mídia que consegue comunicar uma mensagem de maneira praticamente instantânea, com esse meio atingiremos as pessoas que estão circulando pela cidade, seja para ir para escola, para o trabalho, ou passeando no fim de semana. Os pontos selecionados – optamos por cinco – foram escolhidos pela dinâmica de tráfego e pela ampla visibilidade.

##### Recursos Próprios

Para apoiar a campanha, utilizaremos os recursos próprios de comunicação da prefeitura de Laranjeiras do Sul visando otimizar a campanha.

##### Redes Sociais

Sugerimos a utilização do mesmo material veiculado na campanha (outdoor) para ser postado como capa do facebook. Esse material será divulgado simultaneamente com a divulgação nos portais e jornais.

Além de post nas redes sociais da prefeitura municipal de Laranjeiras do Sul como facebook.

##### Site da Prefeitura

Para aproveitar o contato com o público, adaptar a arte do outdoor e do jornal para banner para reforçar a campanha.

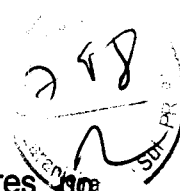
O desenvolvimento do conteúdo dos canais de comunicação da prefeitura de Laranjeiras do Sul será de responsabilidade da Prefeitura, através da sua Assessoria de imprensa.

##### Programa de Rádio

Aproveitar para utilizar o spot e divulgar também no programa de rádio da prefeitura – Informe Cidadão, dando maior divulgação a campanha. O programa é produzido pela secretaria de comunicação social da cidade.

##### Considerações finais e custos

Levando em conta a economia







Laranjeiras do Sul – sempre se adequando a mensagem que se tem como objetivo que seja informada.

Para a campanha simulada, o investimento de veiculação (mídia) ficou em R\$ 89.065,10, a produção externa em R\$ 2.938,00 e a criação em R\$ 14.106,00, totalizando R\$ 106.109,10.



# Simulação do plano de distribuição de todas as peças

## MÉDIA - AGOSTO

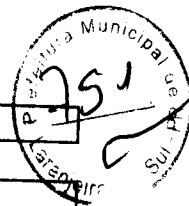
Programa	Horário	Dias do Mês																															Custo Unitário	Ins.	Custo Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
RADIO FM	7h às 19h00	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	R\$ 25,50	429	R\$ 10.935,50
	6h às 24h00	17	16	17	15		17	17	16	17	15		17	16	17	16	17	15		17	16	17	16	17	15		17	16	17	16	17	15		R\$ 22,50	429	R\$ 9.652,50
	6h às 19h00	17	17	17	15		17	17	18	17	17	15		17	17	17	17	17	15		17	17	17	17	17	15		17	17	17	17	17	15		R\$ 24,90	419
		<b>TOTAL EM RADIO</b>																																<b>858</b>	<b>R\$ 31.025,10</b>	

Formato	Vacatão	Dias do Mês																															Custo Unitário	Ins.	Custo Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
DVO	1 PAGINA	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	R\$ 2.500,00	20	R\$ 50.000,00
	1 PAGINA	1	1				1	1				1	1			1	1			1	1			1	1			1	1					R\$ 1.000,00	4	R\$ 4.000,00
			<b>TOTAL EM JORNAL</b>																																<b>24</b>	<b>R\$ 54.000,00</b>

Ponto	Formato	Dias do Mês																															Custo Unitário	Período	Custo Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
Rodovia BR 277 - Próximo ao bevo de acesso à Laranjeiras do Sul	32 folhas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 770 a bissemana	30 DIAS	R\$ 1.540,00
	32 folhas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 625,00	30 DIAS	R\$ 625,00
	32 folhas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 625,00	30 DIAS	R\$ 625,00
	32 folhas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 625,00	30 DIAS	R\$ 625,00
	32 folhas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 625,00	30 DIAS	R\$ 625,00
		<b>TOTAL EM OUTDOOR</b>																																	<b>R\$ 4.040,00</b>	

**TOTAL EM MÉDIA R\$ 89.065,10**

**RESUMO GERAL**



**VEICULAÇÃO (MÍDIA) - valores pagos para os veículos**

Meios	Formato	Período	Total de inserções	Valor	% Mídia	% Geral
Rádio	Spot 30"	30 dias	858 inserções	R\$ 31.025,10	35%	29%
Jornal	1 página	30 dias	24 anúncios	R\$ 54.000,00	61%	51%
Outdoor	9 x 3	30 dias	5 pontos	R\$ 4.040,00	5%	4%
<b>Total em Mídia</b>				<b>R\$ 89.065,10</b>	<b>100%</b>	<b>84%</b>

**PRODUÇÃO EXTERNA - valores pagos para fornecedores**

Serviço	Formato	Quantidade	Valor	% Produção	% Geral
Produção do Spot	30"	1	R\$ 450,00	15%	0,42%
Produção e Instalação Outdoor	9 x 3 - papel	4	R\$ 1.300,00	44%	1,23%
Produção Outdoor	9 x 3 - papel	1	R\$ 188,00	6%	0,18%
Produção de Fotos	Alta Qualidade	5	R\$ 1.000,00	34%	0,94%
<b>Total em Produção</b>			<b>R\$ 2.938,00</b>	<b>100%</b>	<b>3%</b>

**PRODUÇÃO INTERNA - Conforme tabela do Sinapro/PR**

Peça	Formato	Valor	% Produção	% Geral
Roteiro Spot	30"	R\$ 3.722,00	26%	4%
Outdoor	9 x 3	R\$ 5.835,00	41%	5%
Anúncio Jornal	1 página	R\$ 4.549,00	32%	4%
<b>Total em Produção</b>		<b>R\$ 14.106,00</b>	<b>100%</b>	<b>13%</b>

**VALOR TOTAL**

	Valor	% Geral
<b>VEICULAÇÃO</b>	R\$ 89.065,10	84%
<b>PRODUÇÃO</b>	R\$ 2.938,00	3%
<b>CRIAÇÃO</b>	R\$ 14.106,00	13%

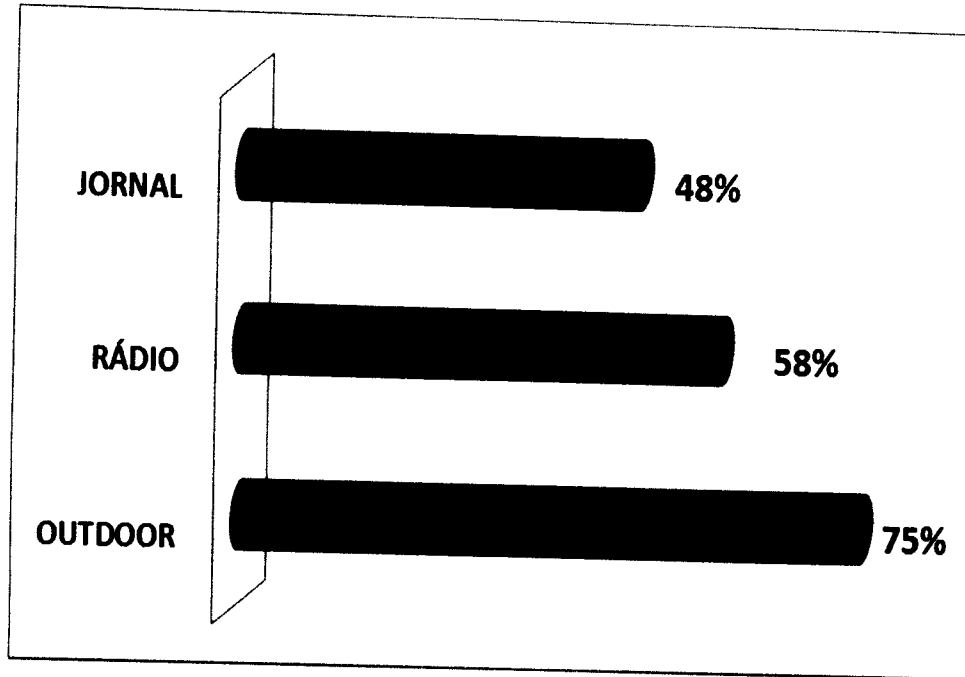
**VALOR TOTAL**

	R\$ 106.109,10	100%
--	----------------	------



## Anexos de Mídia

### 1 - PENETRAÇÃO DOS MEIOS



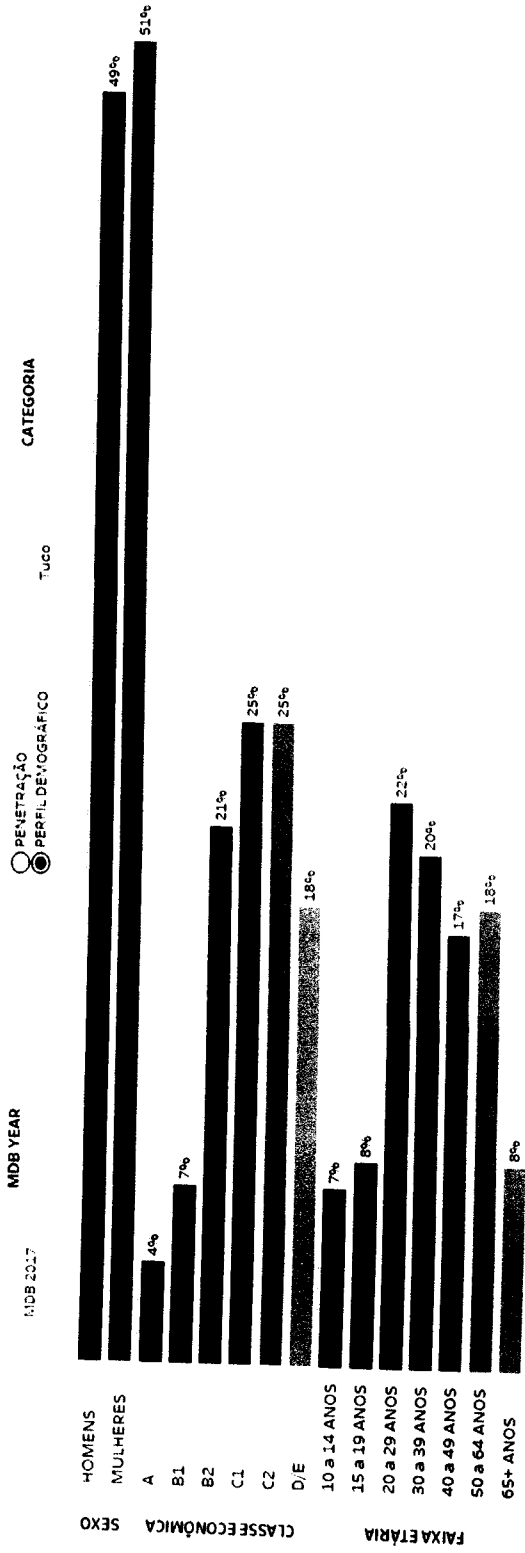
FONTE/SOURCE: Ipsos Connect: EGM Multimídia – janeiro a dezembro 2016 – 9 Mercados (SP, RJ, BH, CUR, POA, DF, REC, SAL, FOR) / Filtro: 10+ anos, 45.503.674 pessoas – Amostra do Filtro – 36.048

## 2 - PERFIL DOS MEIOS

### Rádio



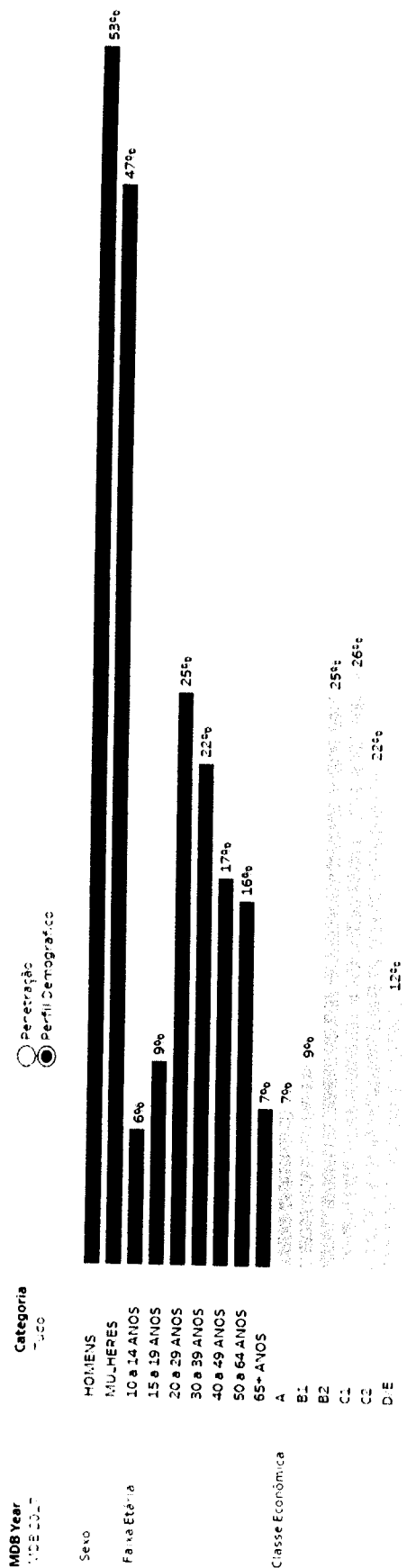
### Perfil Demográfico e Penetração Dos Consumidores Do Meio Radio Listener Profile And Penetration



Fonte: Ipsos Connect: EGM Multimídia - Janeiro a dezembro 2016 - 9 Mercados (SP, RJ, B - Cuiabá, POA, DE, REC, SAL, FOR)  
Filtro: 10+ anos - 45.503.674 pessoas - Amostra do Filtro: 36.049



### Perfil dos consumidores (Jornal Impresso + digital) Viewers profile (Print + digital newspaper)

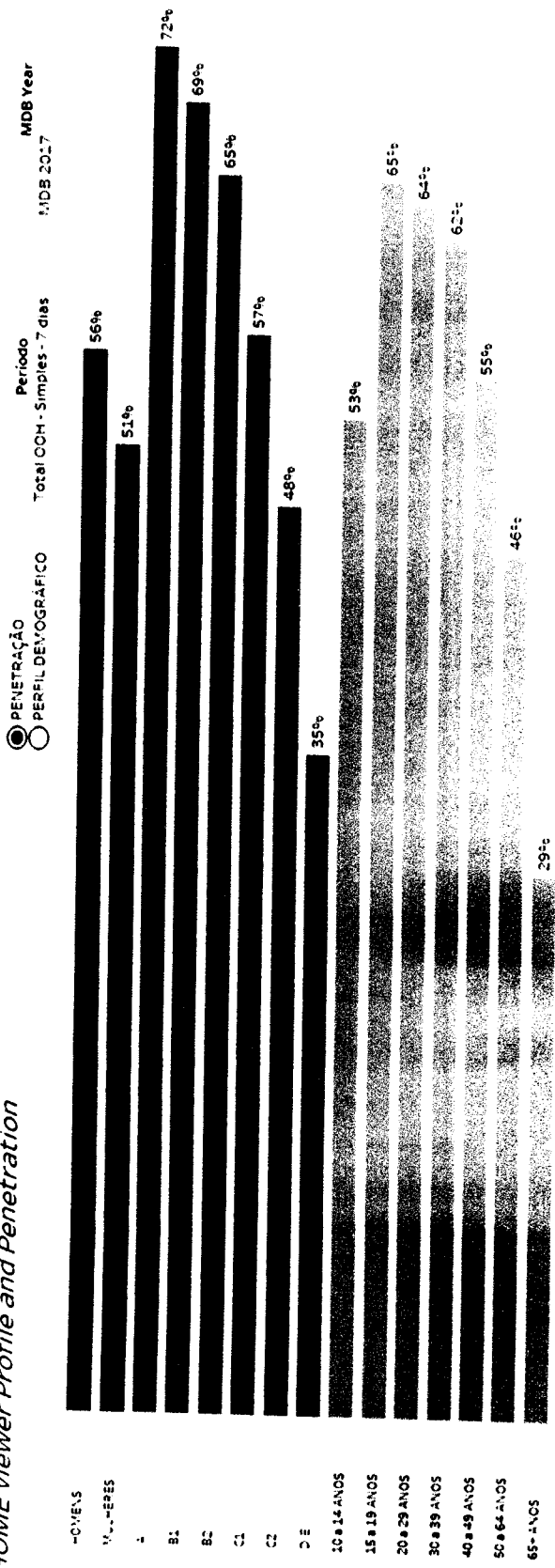


Fonte: SOUPCE Ipsos Connect. EGM Multimídia - Janeiro a dezembro 2016 - 9 mercados SP, RJ, B - CUP. POP. DE REC. SAU. FOR. Filtro: 10+ anos - 45 503.674 pessoas - Amostragem: Filtro: 35 048

# Outdoor



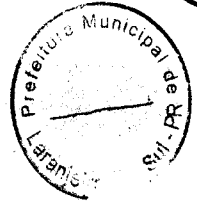
## Perfil Demográfico e Penetração dos Consumidores IT-OF-HOME viewer Profile and Penetration



Fonte: EGI/Viewtimica - Janeiro a dezembro 2016 - 9 mercados SP RJ BH CUR POA DF REC SA... FOR  
 Anos 45 503 674 pessoas - amostra do filtro 36 C-8  
 Anos 1000 2000 últimos 30 dias 28 475 259 pessoas - amostra do filtro 20 768

Ideia Criativa

1- Jornal – 1 página



[www.la.pr.gov.br](http://www.la.pr.gov.br)

**COM TRABALHO E  
ADMINISTRAÇÃO CORRETA,  
ORGANIZAMOS A CASA.**



# QUALIDADE DE VIDA E DESENVOLVIMENTO

**AGORA AVANÇAM EM LARANJEIRAS DO SUL**

É hora de nos orgulharmos. Hoje Laranjeiras do Sul segue na direção certa, oferecendo qualidade de vida aos moradores, com obras e serviços de qualidade. Para isso foi preciso arrumar a casa, com trabalho, dedicação e transparência. Mas estamos tirando de letra, investindo de forma correta os R\$ 21 milhões em recursos. Não é à toa que está sendo realizado o maior Programa de mobilidade urbana da história do município, levando asfalto e calçamento para toda a cidade e recuperando...





**COM TRABALHO E  
ADMINISTRAÇÃO  
CORRETA  
EQUILIBRAMOS AS  
CONTAS.**



# **QUALIDADE DE VIDA**

**VOLTA A FLORESCER EM LARANJEIRAS DO SUL.**

[www.la.p](http://www.la.p)



**Laranjeiras  
do Sul  
PREFEITURA**

CONSTITUINDO UMA NOVA CIDADANIA

2 – Rádio – Roteiro

Material: Spot

Tempo: 30"

Título: A Nova Laranjeiras do Sul

Trilha: Instrumental animada / Para cima / Crescente / Tom de credibilidade



Locução	Direção
Administrar uma cidade é como cuidar de uma casa.	Locução feminina, tom de conversa, como uma dona de casa. BG de um liquidificador ligado.
É preciso dedicação.	Locução feminina, tom de conversa, como uma dona de casa. BG de uma máquina de lavar roupa.
Transparência.	Locução feminina, tom de conversa, como uma dona de casa. BG de água escorrendo ao lavar a louça.
De nada adiantar esconder o lixo em baixo do tapete.	Locução feminina, tom de conversa, como uma dona de casa. BG de um aspirador de pó ligado.
Mas é por isso que desde 2017 Laranjeiras do Sul está mudando.	Fade in trilha. Locução off masculina, tom sério, que transmita credibilidade.
Agora os recursos estão sendo investidos no que realmente importa.	Locução off masculina, tom sério, que transmita credibilidade.
Não é a toa que o maior programa de mobilidade urbana já está sendo realizado.	Locução off masculina, tom sério, que transmita credibilidade.
E vem muito mais por aí. Então é hora de nos orgulharmos de viver em Laranjeiras do Sul.	Locução off masculina, tom sério, que transmita credibilidade.
Prefeitura de Laranjeiras do Sul. Construindo uma nova cidade.	Locução off masculina, tom sério, que transmita credibilidade.



President  
Robert Kelly  
Diana Kelly



## Raciocínio Básico

Laranjeiras do Sul é um município brasileiro, fundado em 1946. Localizado na microrregião de Guarapuava, centro-sul do Estado do Paraná, o nome deriva da palavra kaingangue Nerinhê, que significa "laranja". Até meados do século XVIII, a região entre a Vila de Guarapuava e a Colônia Militar de Foz do Iguaçu era um sertão habitado por índios arredios e extremamente selvagens. Em 1853, ano em que o Paraná se desmembrou de São Paulo, foi expedido o primeiro documento de propriedade de terras e a localidade começou a conquistar sua própria identidade com a criação do Distrito Policial pela Lei Estadual 185, de 25 de abril de 1898. Em 1901, foi instalado a Colônia Militar Mallet, para construir a linha telegráfica, de Guarapuava até Foz do Iguaçu.

Em 21 de setembro de 1946 foi assinado o Decreto de Lei nº 533, que criou o município com o nome de Iguaçu, passando a ser nominado Laranjeiras do Sul por força de Lei Estadual promulgada em outubro de 1947. A instalação do município ocorreu em 30 de novembro de 1946.

Segundo o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, possuía em 2017, uma população estimada em 32.379 pessoas. A cidade apresenta 34,5% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 79,9% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 31,73% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). A taxa de mortalidade infantil média na cidade é de 3,74 para 1.000 nascidos vivos, bem abaixo da média nacional (13,8 óbitos por mil nascidos vivos em 2015). No setor da educação, os alunos dos anos iniciais da rede pública da cidade tiveram nota média de 6,0 no IDEB. Para os alunos dos anos finais, essa nota foi de 5,0. Considerando a nota dos anos finais e comparando-a com as outras cidades do Paraná, a cidade ocupa a posição 27 de 399. A taxa de escolarização (para pessoas de 6 a 14 anos) foi de 96,3 em 2010.

Ainda segundo o Instituto, em 2015, o salário médio mensal era de 2,0 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 19,3%. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 35,8% da população nessas condições.

O presente Edital nos informa que a Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul, bus



as políticas públicas possam ser planejadas e voltadas ao bem estar e ao crescimento da cidade. Que sejam exemplos de como uma administração municipal possa agregar resultados que beneficiem toda a comunidade. Assim, compreendemos em nosso Raciocínio Básico, que o desafio de comunicação a ser enfrentado é dar prosseguimento à ação, buscando não apenas a consolidação dos objetivos até agora alcançados, mas também ampliar seus resultados sociais, políticos e econômicos, aliados aos princípios da legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência.

Nosso entendimento sobre as informações contidas no briefing, nos direciona a apresentar um plano de divulgação que alcance um público englobando todos os segmentos sociais, através dos veículos de comunicação de massa, pelos meios comunitários alternativos, pelo uso da internet (inclusive outros meios por ela disponibilizados) e também pelas ações envolvendo toda a comunidade laranjeirense, referenciando assim a natureza, a extensão e a qualidade das relações da Prefeitura de Laranjeiras do Sul com o seu público.

Entendemos que é nossa missão realizar a divulgação de suas atividades institucionais não apenas na comunicação, mas também no relacionamento direto com toda a sua população, consolidando o papel da Prefeitura Municipal na área social, educacional e na promoção da cidadania, seja através de obras e serviços ou da melhoria da autoestima de sua população.

Considerando as características da Prefeitura Municipal que são significativas para a comunicação publicitária, compreendemos, que o nosso papel é desenvolver uma Plano de Comunicação Publicitária que atenda a intenção do município: realizar campanhas informativas e educativas para que o cidadão perceba efetivamente que o município vem passando por uma grande transformação para melhor.

Compreendemos enfim que, em função dessa transformação, é necessário uma campanha institucional que consolide essa mudança dando publicidade à aplicação dos recursos conquistados, às obras e serviços realizados em todo o município e, em especial ao Programa de Pavimentação, o maior plano de mobilidade urbana da história do município. Enfim, mostrar a todos os habitantes de Laranjeiras do Sul que a cidade pode ser sim um lugar ainda muito melhor para se viver.



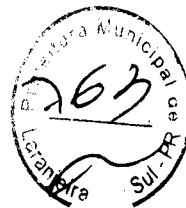
## Estratégia de Comunicação Publicitária

Considerando as argumentações já expostas no nosso Raciocínio Básico, além do diagnóstico do problema específico de comunicação da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, apresentamos aqui “as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município”.

Para tanto, faz-se necessário que a presente estratégia contenha “adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de comunicação” de Laranjeiras do Sul. Assim, chegamos ao conceito “Laranjeiras do Sul: orgulho de ver a mudança acontecer”. Um conceito claro, que expressa bem a “sequência de ações que estão melhorando a vida de todos, seja através de obras e serviços, seja através da recuperação da alma da cidade que escolheram para viver”, conforme descrito no Briefing do Edital. Quanto ao partido temático, há na campanha a intenção de que o conceito se desdobre tematicamente aproveitando as melhores características de cada uma das peças a serem confeccionadas.

Acerca da “consistência lógica e pertinência da argumentação aqui apresentada”, tomamos como ponto de partida o Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, tanto para delimitarmos o conceito quanto para materializarmos os elementos visuais e textuais para a mensagem em questão. Com isso, acreditamos que nossa proposta seja efetiva em “massificar e consolidar a transformação que está acontecendo em Laranjeiras do Sul, dando ênfase às obras e serviços realizados em todo o município”.

Quanto à “capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação da Prefeitura de Laranjeiras do Sul com a sociedade”, conforme requisito que se espera desta estratégia de comunicação publicitária, como resposta, nossa campanha “visa também identificar ao público onde estão sendo aplicados os recursos conquistados em 2017”, no caso, as peças que constituem nossa proposta destacam os mais de 21 milhões de reais investidos no Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, que é definido pelo Briefing como “o maior plano de mobilidade urbana da história do município que está levando asfalto e calçamento no centro e bairros e recuperando as estradas do interior”; tal identificação tende a aproximar gestão e população, visto que demonstra o trabalho que está sendo



de trazer orgulho a qualquer laranjeirense.

Tendo em mente as transformações que estão acontecendo na cidade de 2017 para cá, é interessante que tratemos das explicitações de cada um dos exemplos de peças que compõem a nossa ideia criativa, enquanto a nossa “resposta criativa aos desafios e metas” aqui explicadas, na busca por solucionar o problema específico já diagnosticado no nosso raciocínio básico.

Dentre as opções do edital, escolhemos o layout para anúncio para jornal. Visualmente, a mensagem é apresentada por um elemento 3D que representa a pavimentação acontecendo por todas as partes do município. A ilustração guia a leitura para a chamada em que o nome da cidade é grafado com a família tipográfica Gotham, com a profundidade de um text effect que dá peso e destaque aos termos. O complemento “Orgulho de ver a mudança acontecer” dá sequência e completude ao conceito enquanto chamada principal. A foto de maquinários e trabalhadores em atividade de pavimentação representa o foco requisitado pelo Briefing, enquanto o texto “Mais de R\$ 21 milhões investidos em 149 ruas e avenidas” busca atender ao objetivo já citado de “identificar ao público onde estão sendo aplicados os recursos conquistados em 2017”, o que é reforçado pelo texto que se segue. Aliás, o texto explicativo destaca o Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul como o maior plano de mobilidade urbana de todos os tempos, com detalhes e também a menção aos benefícios que alcançam positivamente a cidade como um todo. Fotos menores representam um apanhado das obras e serviços realizados com os investimentos citados. Por fim, os canais oficiais do município na internet são listados junto à marca da gestão municipal.

Para o meio Rádio, e como requisito do Edital, nossa campanha traz um roteiro para comercial que, em sessenta segundos, materializa o conceito proposto por meio de uma locução feminina que cria a proximidade com o público-alvo. Com linguagem em um tom informativo e, ao mesmo tempo, extremamente acessível, a peça trata das obras e serviços realizados de dois mil e dezessete para cá e traz o exemplo do Programa de Pavimentação com o devido destaque.

Por fim, como último requisito de peças para a ideia criativa, o Edital exige a apresentação de um layout para outdoor. No caso, a peça que compõe a presente

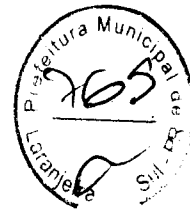


campanha destaca o conceito enquanto chamada principal. Contudo, o texto "Mais de R\$ 21 milhões investidos em 149 ruas e avenidas" divide espaço com o argumento "É o maior plano de mobilidade urbana da história do nosso município", dando a devida importância ao trabalho que vem sendo desenvolvido, ilustrado nesta peça com uma foto de trabalhadores desempenhando suas funções durante uma pavimentação.

Como peça não mídia, a campanha pressupõe a confecção de um folder que responderia aos requisitos do Edital na íntegra, visto seu caráter informativo e explicativo.

Na sequência dos exemplos de peças que constituem a ideia criativa da presente campanha, nossa Estratégia de Mídia e Não Mídia tratará da otimização da verba estipulada para essa simulação.





## Estratégia de Mídia e Não Mídia

Para atender à estratégia proposta no Plano de Comunicação, os esforços de Mídia e Não Mídia devem cumprir o objetivo principal que é dar publicidade, levando a mensagem de forma eficiente e objetiva ao respectivo público-alvo estabelecido.

Período: 02 a 31 de julho de 2018. (30 dias).

Praça: Laranjeiras do Sul.

Público-alvo: Toda população de Laranjeiras do Sul, de todas as faixas etárias e classes sociais.

Verba da campanha simulada: R\$ 150.000,00. (para criação, produção e veiculação).

Adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto:

Como a abrangência desta campanha é de âmbito local e suas ações visam atingir toda a população de Laranjeiras do Sul, em termos práticos, quando se fala de mídia, significa que as buscas de rentabilidade e de cobertura nesse público-alvo só poderão ser atendidas com o uso combinado de veículos de massa e segmentados, que fazem a cobertura local. Destacamos a importância de mesclar os diversos meios existentes na mídia, pois existem hábitos de consumo de mídia diferenciados entre os perfis dos públicos que queremos atingir. Cada meio possui características específicas e o uso combinado dessas características permite que o conceito da campanha seja exposto em diferentes situações de consumo de mídia, tornando a divulgação da mensagem mais eficiente, explorando os melhores pontos de contato para obtenção de alta cobertura e melhor rentabilidade da verba.

Reconhecemos a importância da Mídia local pois, integrada ao mercado em que atua, trata de assuntos que contribuem com informação para o desenvolvimento da sociedade, criando uma identificação instantânea com o público. Um dos fatores importantes para o efetivo resultado da opção de estratégia a ser desenhada, é intensificar a sua participação na Mídia, seguindo o critério da proporcionalidade e da importância do meio, veículo e programa, bem como seu conteúdo, perfil e filosofia.

No Setor Público, a natureza da relação entre governo e cidadão exige uma comunicação para todos, já que o público-alvo é toda a população de Laranjeiras do Sul, em todas as suas faixas etárias e condições sociais.



comunicação estará na utilização dos seguintes meios de comunicação: Rádio, Jornal e Outdoor, em conformidade com o volume de peças definidas e exigidas pelo Edital; além da peça Folder como não mídia para atender o item 9.4.6 da Proposta Técnica, que se refere à Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Conhecimento dos hábitos de comunicação do público-alvo.

Com o objetivo de melhor atender nossa estratégia, analisamos, com base na Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia da População Brasileira, conduzida pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal, os hábitos de consumo dos meios de comunicação, tendo como filtro a população do Paraná, para melhor identificação do perfil do público-alvo trabalhado e sua relação com esses meios. Após essa análise, definimos o Rádio como o principal meio para essa praça.

Meios selecionados e suas funções:

Rádio: meio presente em 75,2% dos domicílios paranaenses, conta com 58% de penetração no total da população. Entre os consumidores desse meio, 49% são homens e 51% mulheres (Fonte: Ipsos Connect: EGM Multimídia – Janeiro a dezembro de 2016). É um meio de comunicação de massa com alta afinidade com o público local, sendo um importante canal de informação, com programação de enfoque local, além de ser, também, um prestador de serviços. É normalmente utilizado para ampliar a frequência e o alcance, pois é o meio de maior acessibilidade, alcançando lugares onde o sinal da TV não chega.

Jornal: meio que viabiliza a comunicação com um público mais qualificado. É um meio de comunicação com grande nível de atenção, que possui alto índice de confiabilidade dos leitores. É um canal de propagação de informações para grande parte da sociedade, principalmente os formadores de opinião, que têm a capacidade de influenciar outras pessoas. O jornal impresso + digital possui 48% de penetração no total da população, na classe social A com 58%, B1 com 52%, B2 47%, C1 40%, C2 31% e D/E com 23% (Fonte: Ipsos Connect: EGM Multimídia - Janeiro a dezembro de 2016), o que reforça a afinidade do meio junto ao público influenciador.

Mídia Exterior (Outdoor): meio de grande impacto visual, é considerado um dos mais lembrados, participa diretamente da paisagem urbana e, conseqüentemente, da cotidiana



das pessoas. Objetiva alcançar o público quando da ida para o trabalho, escola e/ou lazer. Como estes são procedimentos diários, este tipo de comunicação resulta num melhor nível de compreensão da mensagem veiculada, pois gera frequência de exposição. O índice de penetração do meio no total da população brasileira é de 63% (Fonte: Ipsos Connect: EGM Multimídia - Janeiro a Dezembro de 2016).

**Não Mídia:** peça que complementa a campanha e suas ações sugeridas na estratégia de comunicação. Permitirá a distribuição de forma pontuada, tem como principais funções informar e educar de forma objetiva e didática.

**A estratégia.**

Os esforços de Mídia e Não Mídia sustentarão a visibilidade da informação para o público-alvo, de quem queremos uma resposta ativa: que percebam e reconheçam a grande transformação que vem acontecendo na cidade, com a sequência de ações que estão melhorando as suas vidas, através de obras e serviços. Que cada vez mais sintam orgulho da cidade que escolheram para viver.

Optamos por realizar um forte movimento, em que 100% das Mídias serão utilizadas para gerar grande visibilidade para a campanha, combinando meios que permitam explorar, de maneira eficiente, a Ideia Criativa da campanha.

**Objetivos estratégicos e simulação do plano de distribuição das peças:**

A campanha será lançada no dia 02 de julho (segunda-feira), com uma estratégia que conjuga frequência e credibilidade. Por ser eleito meio principal para essa campanha, o Rádio terá a veiculação do spot de 60" de forma linear durante todo o período da campanha. Selecionamos as emissoras locais que possuem audiência cativa junto a população da cidade: Rádio Educadora FM 103.9, Rádio Líder Sul 106.7 FM e Rádio São Francisco FM 87.9. Nas emissoras FMs, veicularemos no horário rotativo. Por ter uma programação eclética de forte apelo popular e com predominância no estilo musical, as emissoras FM atraem mais ouvintes e, conseqüentemente maior audiência, por esse motivo terão uma participação maior na mídia.

Selecionamos também a emissora local Rádio Campo Aberto AM, com programação variada, contempla na sua grade, além dos programas musicais, os de jornalismo, agricultura e religioso que fidelizam os ouvintes ligados a essa área de interesse.



Optamos por veicular no horário rotativo das 06h às 19h, por ser o horário de maior audiência do rádio AM e por concentrar os programas prestadores de serviços.

Teremos 15 inserções por dia por emissora, totalizando 1.800 inserções no período de 30 dias. Como mídia complementar utilizaremos o meio jornal. Faremos a veiculação de anúncio de 01 de página (formato tabloide) no jornal local Correio do Povo do Paraná, jornal de maior expressão junto à população local. Veículo com circulação diária (terça-feira a sábado), com tiragem média de 6.000 exemplares por edição e abrange 23 municípios. O jornal disponibiliza a versão impressa no seu site para assinantes, levando nossa mensagem também para o meio internet, o que aumenta o alcance da campanha sem custo adicional. As publicações serão feitas sempre nos dias úteis, pois conforme pesquisas, 53% dos leitores de Jornal impresso afirmam que o fazem de segunda a sexta.

Teremos o total de 09 inserções no período, sendo 02 publicações por semana. Dessa forma, garantimos uma cobertura eficiente no perfil de público do meio jornal, em sua maioria, formadores de opinião.

Como mídia complementar, utilizaremos o outdoor. Selecionamos 07 pontos, na 30ª bi-semana (09 a 22/07). Por ser um meio de comunicação que tem grande impacto visual e por permitir a seleção em pontos estratégicos da cidade (centro - bairros, saídas e entradas da cidade), obteremos uma cobertura efetiva. Selecionamos a empresa local Mesquita Engenharia.

Sugerimos como Não Mídia a peça Folder, contendo 04 páginas (total 15.000 unidades), sendo 10.000 distribuídos na primeira semana do lançamento da campanha e como reforço buscando ampliar o alcance (novas pessoas abordadas) e novo estímulo ao público já impactado pela primeira ação, mais 5.000 na terceira semana. Essa peça terá como uma das funções mostrar de forma mais detalhada, com fotos e o mapa com apontamento de onde obras e serviços já foram e serão realizados, conforme os objetivos específicos elencados no briefing. Essa será uma peça importante para a campanha, pois será distribuída na cidade de forma a alcançar o máximo de pessoas possível. Priorizaremos a entrega nas residências (conforme IBGE Cidades, Laranjeiras do Sul, possui cerca de 10.000 domicílios), lojas comerciais e outros locais de grande circulação.



do público, a entrega será feita direta e sempre em mãos dos interessados. A distribuição será feita por empresa contratada para este fim.

Para aproveitar os Recursos Próprios de Comunicação do Município de Laranjeiras do Sul, nossa proposta será a de disponibilizar a peça Folder (no formato PDF), por ser a peça mais completa, e o spot no site oficial ([laranjeirasdosul.pr.gov.br](http://laranjeirasdosul.pr.gov.br)), bem como para o Facebook ([facebook.com/prefeituradelaranjeirasdosul](https://facebook.com/prefeituradelaranjeirasdosul)), como forma de aumentar a frequência de exposição e o alcance da campanha, sem custos adicionais e ainda gerar tráfego na página do Facebook buscando aumentar a interação com o público na internet. Nossa sugestão é disponibilizar os arquivos (gráficos e eletrônicos) para que a própria Secretaria de Comunicação Social faça a publicação tanto no site como nas redes sociais visando à integridade e segurança do site/canal.

Anexo planilha com a distribuição da mídia e resumo geral da campanha simulada.





Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total
Engenharia	30ª	Outdoor	400,00
			7
			2.800,00

9m x 3m

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total
Engenharia especializada	Folder - 04 páginas	21 x 31cm (f)	150,00
			15000
			2.250,00

FORMATO

1cm - fechado



RESUMO GERAL

MEIOS		FORMATO	PERÍODO	VALOR R\$	% MÍDIA	% GERAL
		Spot de 60"	JULHO 2018.	75.330,00	68,7%	53,0%
		1 Página ( Formato Tabloide)		31.500,00	28,7%	22,2%
Exterior		Outdoor (9m x 3m)		2.800,00	2,6%	2,0%
MÍDIA				109.630,00	100,0%	77,1%

RESUMO DE PRODUÇÃO - PEÇAS DA MÍDIA

PEÇAS	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% GERAL
	60"	1	3.722,00	15,6%	2,6%
	1 Página ( Formato Tabloide)	1	4.549,00	19,1%	3,2%
	9m x 3m	1	5.835,00	24,5%	4,1%
	Formato: 21 x 31cm fechado - 04 páginas	1	9.678,00	40,7%	6,8%
TOTAL			23.784,00	100,0%	15,7%

RESUMO DE PRODUÇÃO - PEÇAS DA MÍDIA

PEÇAS	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% GERAL
	60"	1	800,00	48,8%	
	9m x 3m - em papel	7	840,00	51,2%	
TOTAL			1.640,00	100,0%	
VALORES 15%			246,00		
TOTAL			1.886,00		1,3%

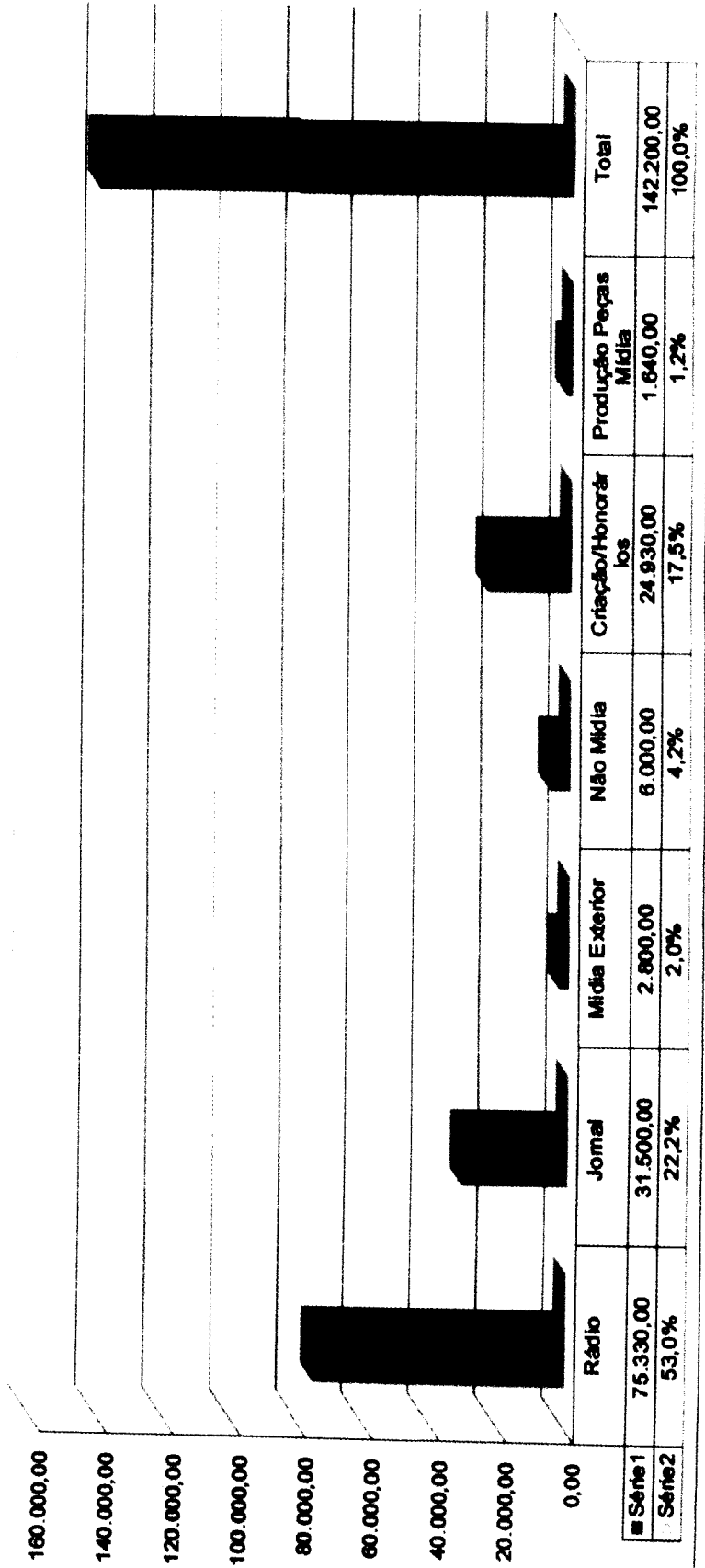
RESUMO DE PRODUÇÃO - PEÇAS DA MÍDIA

PEÇAS	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR FORNECEDOR	% PRODUÇÃO	% GERAL
	Formato: 21 x 31cm(fechado), 4 x 4 cores- papel couché 150g	15.000	3.750,00	62,5%	
	Via - Empresa Especializada	15.000	2.250,00	37,5%	
TOTAL			6.000,00	100,0%	
VALORES 15%			900,00		
TOTAL			6.900,00		4,9%





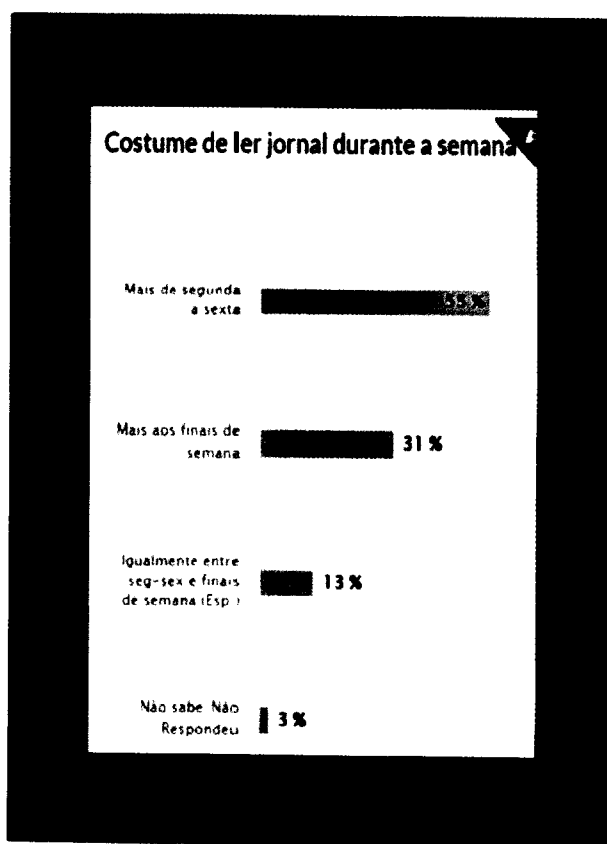
## Resumo Geral





Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, realizada pelo IBOPE para a Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal (SECOM), cujo objetivo é conhecer os hábitos de consumo de mídia da população brasileira (segundo estratos de localização geográfica e de corte socioeconômico) a fim de subsidiar a elaboração da política de comunicação e divulgação social do Executivo Federal.

**Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**  
HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA



**P13) O(a) sr(a) tem costume de ler jornais mais na versão impressa ou mais na versão digital, seja no computador, no celular ou no tablet? (RU)**

**Base: para quem costuma ler jornais (4665)**

Mais na versão impressa	66%
Mais na versão digital	30%
Ambas (Esp.)	2%
NS/NR	

# Pesquisa Brasileira de Mídia 2016

HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA

## Frequências de rádio mais ouvidas

Mais as emissoras FM **77%**

Mais as emissoras AM **18%**

Emissoras AM e FM nas mesmas proporções (Esp) **4%**

Não sabe Não Respondeu **1%**

## Costume de ouvir rádio durante a semana

Mais de segunda a sexta **60%**

Mais aos finais de semana **20%**

Igualmente entre seg-sex e finais de semana (Esp) **19%**

Não sabe Não Respondeu **1%**



ANEXOS DE MÍDIA: PESQUISAS  
 FONTE: MÍDIA DADOS BRASIL 2018  
 (<http://midadados.org.br>)



**RÁDIO**

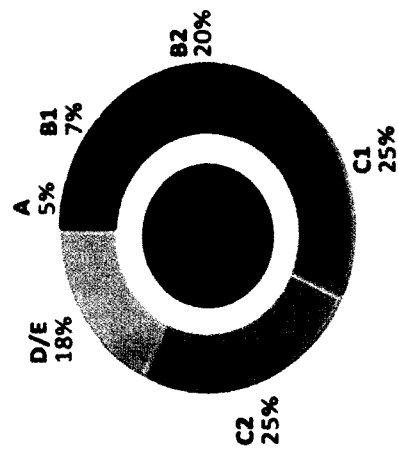
**Perfil dos consumidores**

*Viewers profile*

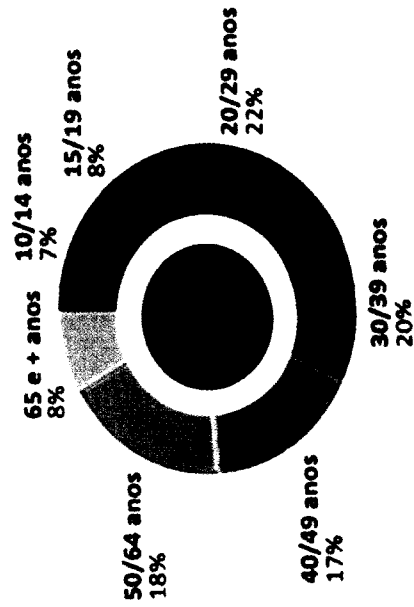
**Sexo**  
Sex



**Classe econômica**  
*Economic class*



**Faixa etária**  
*Age group*

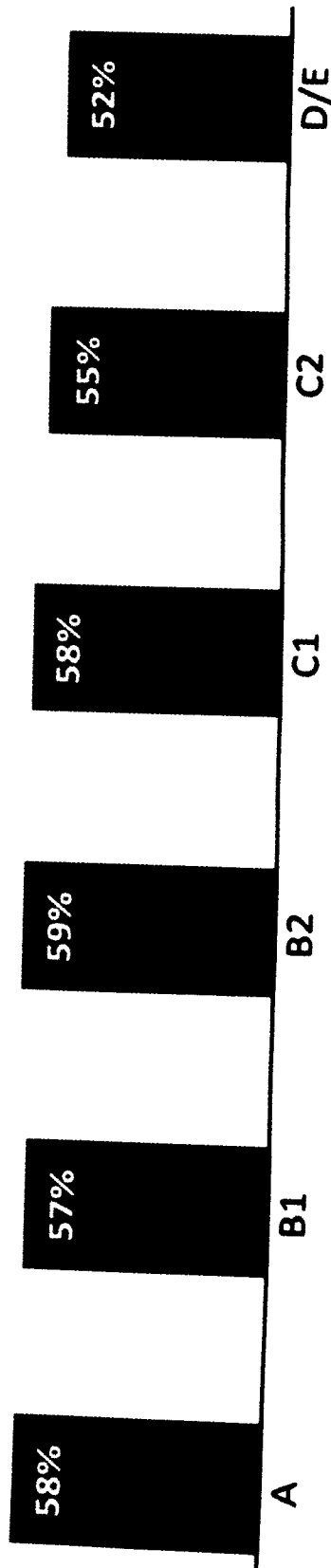


## Penetração Penetration

**Sexo**  
Sex



## Classe econômica Economic class



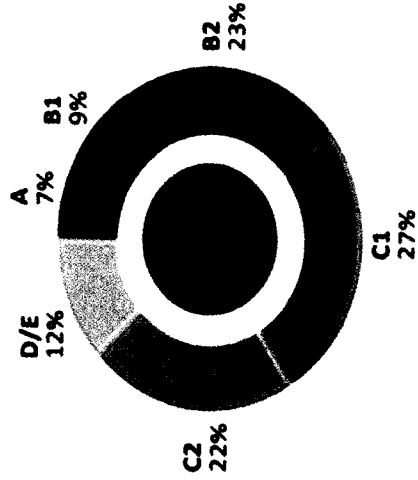
## Perfil dos consumidores (Jornal Impresso + digital)

Viewers profile (Print + digital newspaper)

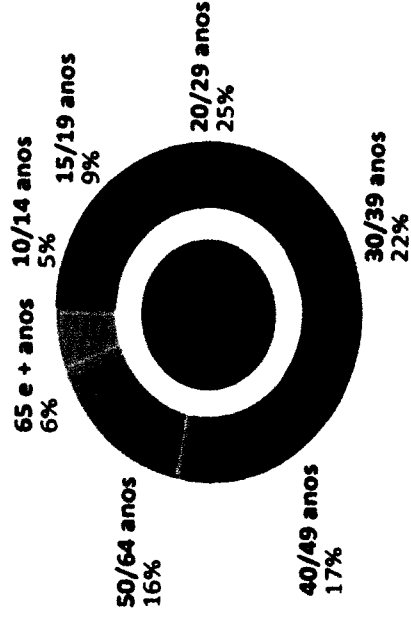
**Sexo**  
Sex



**Classe econômica**  
Economic class



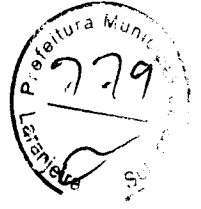
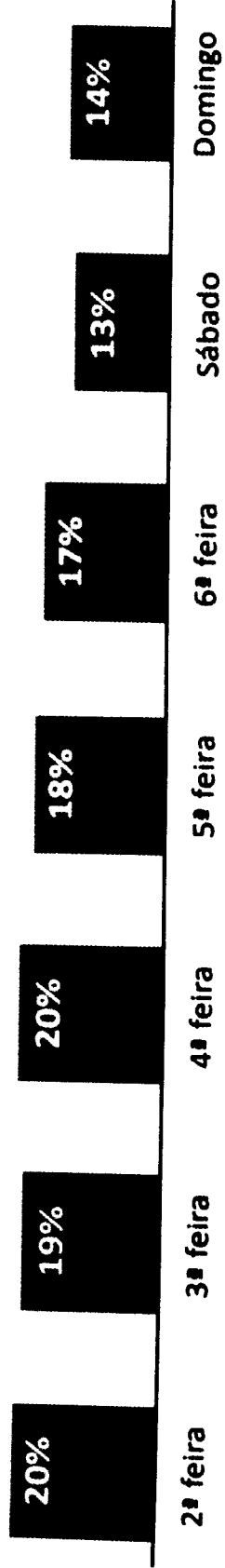
**Faixa etária**  
Age group



# Leitura de jornal impresso + digital por dia da semana

*Printed and digital per day of the week*

**9 Mercados – Universo da população: 52.229.135**  
*Penetração Jornal Impresso + Digital – 35%*



Layout para outdoor



**Laranjeiras do Sul**

**É o maior plano de mobilidade urbana da história do nosso município.**

**R\$ 21**  
Mais de  
**INVESTIDOS EM**

**Laranjeiras do Sul**  
PREFEITURA

**f**  
prefeitura@laranjeirasdosul.pr.gov.br  
laranjeirasdosul.pr.gov.br





Ideia Criativa

Layout para anúncio para jornal

# Laranjeiras do Sul

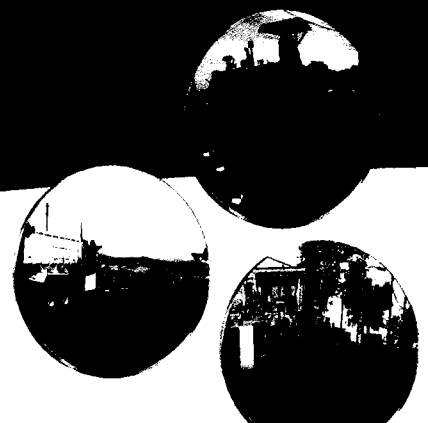
*Orgulho de ver a mudança acontecer.*

Mais de

# MIL

INVESTIDOS EM

Este município pioneiro está se transformando para melhorar a infraestrutura para que você sinta a diferença. Investimentos em obras e serviços para melhorar a qualidade de vida.



**O Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, além de recuperar estradas do interior, está levando asfalto e calçamento ao centro e bairros. É o maior plano de mobilidade urbana da história do nosso município.**

**Ao todo, R\$21.850.904,00 estão sendo investidos para a implantação asfáltica, recape e calçamento de 279.997m<sup>2</sup> de 149 ruas e avenidas.**



Roteiro para comercial de rádio

Spot 60"

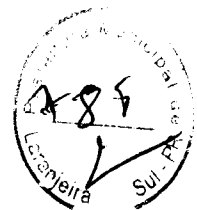
Técnica	Locução
<p>Vinheta sonora introduzindo o conceito da campanha.</p>	<p>Laranjeiras do Sul Orgulho de ver A mudança acontecer!</p>
<p>Locução feminina, representando o cidadão laranjeirense e criando intimidade com o público-alvo.</p>	<p>Você já parou pra notar o quanto a nossa cidade está se desenvolvendo de dois mil e dezessete pra cá?</p>
<p>Entra trilha, transmitindo confiança na mensagem a ser passada pela locução.</p>	<p>Várias obras e serviços foram realizados e tem muita coisa acontecendo! Muito trabalho pra melhorar a minha e a sua vida e pra gente ter orgulho de viver aqui.</p>
<p>Trilha sobe o tom, ganha uma leve alteração para destacar e chamar atenção para a informação acerca do Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul.</p>	<p>Pra dar um exemplo: O Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul está recuperando estradas e levando asfalto e calçamento por toda a cidade.</p>
<p>Efeito sonoro ao fundo, no momento em que a locução menciona o valor total das obras.</p>	<p>São mais de vinte e um milhões investidos pra transformar cento e quarenta e nove ruas e avenidas.</p>
<p>Com um efeito, a trilha silencia por um instante a fim de destacar a importância desta fala.</p>	<p>É simplesmente o maior plano de mobilidade urbana da história do nosso município.</p>
<p>Trilha faz a transição para a vinheta sonora que encerra a mensagem.</p>	<p>Laranjeiras do Sul Orgulho de ver A mudança acontecer!</p>



Placa 2211

Robert Johnson

Divina Pente



## Raciocínio Básico

Um governo trabalhador - "O asfalto já é um marco importante da nossa administração. É o resultado de muita luta para trazer recursos a fundo perdido e investir com recursos próprios na implantação de melhorias para a população" – Discurso de Berto Silva, durante prestação de contas dos 100 primeiros dias de seu governo.

Desde que tomou posse, sendo o único prefeito eleito 3 vezes na cidade, Berto Silva adota a austeridade como princípio e defende uma tônica clara. Laranjeiras do Sul quer e vai avançar, recuperando o tempo perdido. Para isso, além de investir em áreas essenciais de atendimento à população, o governo municipal foca em um grande desafio: a pavimentação de 100% das ruas do município.

E está dando certo. Somente em 2017, administração conquistou R\$ 21 milhões para a execução de obras de pavimentação. Desses, R\$ 10 milhões obtidos a fundo perdido, R\$ 7 milhões financiados e R\$ 4 milhões de receitas próprias. Com os recursos, dezenas de ruas foram e serão beneficiadas em todas as regiões da cidade; e as estradas rurais receberão a recuperação e manutenção necessárias ao transporte das comunidades e escoamento da produção agrícola. Um programa de obras tão intenso, que ficará marcado como o maior plano de mobilidade urbana já executado em Laranjeiras do Sul.

Ao agir rápido, de forma transparente e dentro dos princípios básicos da gestão pública, o atual governo planeja e trabalha para que a população viva bem. Seu propósito maior é realizar transformações profundas, capazes de elevar a autoestima da cidade e fazer com que o cidadão sinta cada vez mais orgulho de morar em Laranjeiras do Sul. Por isso, além de alavancar a pavimentação, a Prefeitura não hesita em adotar métodos técnicos e firmes, capazes de atender quem mais precisa e incentivar o setor produtivo a prosperar, criar empregos e gerar riquezas. Entre os exemplos dessa conduta estão o fim da taxa de lixo na conta de água e a multiplicação dos investimentos em saúde, principalmente através da compra de medicamentos, novos equipamentos, contratação de mais médicos, modernização de estruturas de atendimento, aquisição de ambulâncias, implantação do Centro de Especialidades e a oferta de atenção qualificada nas áreas de oncologia e hemodiálise. Na educação, os alunos da rede municipal agora recebem gratuitamente uniforme completo, escolas foram remodeladas e amplias...



vagas nas creches e 6 ônibus foram comprados para garantir o transporte de universitários. A área da segurança é outra que recebeu enorme reforço. Laranjeiras do Sul comemora a instalação da Companhia da Polícia Militar, do Corpo de Bombeiros, da Delegacia Cidadão e do Ciretran. Isso tudo sem mencionar os R\$ 21 milhões obtidos para obras de saneamento e rede de água, a construção de 50 casas populares e a execução de um expressivo plano de regularização fundiária. Ao todo, R\$ 51,4 milhões viabilizados junto ao governo estadual nos primeiros 100 dias de mandato. Um recorde!

As pessoas em primeiro lugar - Por trás dos investimentos, entretanto, não estão apenas os milhares de metros quadrados de pavimentação e as diversas conquistas mencionadas. Para a administração, todos os esforços convergem para uma máxima: as pessoas estão em primeiro lugar. É por elas e para elas que o desenvolvimento é incentivado e o futuro é projetado. Trata-se de um governo que vislumbra o melhor a partir do que é feito agora e, assim, promove um ciclo de desenvolvimento contínuo e uma cidade mais humana para todos. Aliás, humanidade, respeito, tratamento igualitário para os cidadãos e eficiência são prerrogativas defendidas constantemente pelo prefeito e sua equipe. Com esses princípios, todas as áreas progredem; o trabalho não para!

Comunicação eficaz - Para que esse novo momento se consolide em Laranjeiras do Sul, é importante que a comunicação oficial cumpra o objetivo legal de informar e orientar a população. É essencial que a sociedade participe e reconheça os avanços conquistados. É isso o que o governo municipal deseja e é isso que buscamos.

Devemos desenvolver uma campanha que informe a comunidade sobre as obras de pavimentação e seu alcance social. Nosso objetivo é tornar límpida a percepção dos munícipes sobre a grandiosidade dos investimentos nessa área. E mais: é fundamental demonstrarmos o impacto positivo que provocam na vida dos moradores. O foco desta administração no bem-estar das famílias, na qualidade de vida e na prosperidade social precisa ficar evidente.

Diante do cenário, além do viés racional, nossa campanha precisa privilegiar a emoção. Queremos ganhar a mente das pessoas, mas também seus corações. E foi o que fizemos, seguindo o briefing e os parâmetros do edital, inclusive os que limitam o investimento a R\$ 150 mil e a veiculação ao período de 30 dias. Vejam...



## Estratégia de Comunicação Publicitária

Integração entre Poder Público e Cidadãos - A concepção de que a Prefeitura está focada em seguir em frente e ampliar ainda mais a eficiência de suas ações e serviços, passa pelo interesse de o governo municipal priorizar os cidadãos e suas necessidades. Isso significa respeitar o dinheiro público, tendo a consciência de que os recursos são essenciais para as obras de pavimentação, aos estudantes nas escolas, para os pacientes nas unidades de saúde, aos empreendedores que geram novas oportunidades de trabalho, aos produtores rurais que impulsionam a economia, enfim, para todos que integram a comunidade. Trata-se de uma visão construtiva, integradora e baseada na confiança, na responsabilidade e no desejo de evoluir.

Aqui está o contexto da nossa campanha. Nossa estratégia vai evidenciar os avanços promovidos pelo governo municipal na área de pavimentação e estradas rurais e, portanto, solucionar o problema de comunicação apresentado no briefing. E mais: além de cumprir integralmente esse objetivo, auxiliará em outros aspectos, tais como a valorização dos traços sociais culturais da cidade; a criação de relação construtiva entre Poder Público e comunidade, fundamentada no diálogo simples, franco e aberto; a demonstração do respeito do governo municipal com o cidadão e o dinheiro público; a exaltação das qualidades de Laranjeiras de Sul e da sua gente; a elevação da autoestima da população e do seu orgulho pelo município. Somados, todos esses elementos tornam possível a estruturação de um modelo ideal de comunicação, capaz de integrar poder público e os moradores de Laranjeiras do Sul, e permitir a manutenção do desenvolvimento local.

Partido Temático - Entendemos que a população acredita realmente na administração pública quando consegue identificar claramente os resultados da sua ação. Porém, para que isso ocorra, além da efetividade na prestação de serviços ou execução de obras, é necessário o reconhecimento de quem foi ou está sendo beneficiado. Ou seja, é providencial que o cidadão comum avalize a atuação pública para que esta conquiste a devida notoriedade. Por isso, precisamos alterar a forma com que a estrutura governamental se relaciona com os munícipes, amenizando o discurso político e introduzindo aspectos humanos, naturais e próximos da realidade diária.



Pretendemos auxiliar na mudança da lógica burocrática da comunicação, destacando elementos conhecidos e que abordem o desafio exposto pelo briefing sob o prisma da população. Nesse sentido, vamos envolver a target através de uma mensagem inclusiva, perfil amistoso e repleto de simbologias conhecidas. Teremos o cidadão como protagonista absoluto da mensagem. Será ele o elemento principal.

De forma prática, selecionaremos uma idosa do município para demonstrar o benefício gerado pela pavimentação no cotidiano dos mais velhos. Crianças representarão a alegria e a ampliação da segurança proveniente das conclusões das obras. Uma família ilustrará o avanço da qualidade de vida a partir dos investimentos. Enfim, os próprios moradores de Laranjeiras do Sul serão os emissores da mensagem positiva e realista. Vale ressaltar que os personagens serão fotografados em pontos da cidade onde as obras já ocorreram, seguindo o projeto das peças da Ideia Criativa. O mesmo ocorrerá com a captação de imagens para o filme de 30" previsto. A produção garantirá que a população reconheça não apenas as pessoas que estrelam as peças, mas também os locais do município. A paleta de cores adotada remeterá às cores presentes no logotipo da Prefeitura, e a tipologia selecionada garantirá fácil leitura e compreensão. Um arranjo perfeito de imagens, textos e sons, que permitirá à população se relacionar com a campanha e atribuir à Prefeitura a responsabilidade pela transformação municipal.

O conceito – Para que seja eficiente, a comunicação publicitária precisa estar apoiada em um conceito abrangente, que permite desdobramentos, visando convencer o amplo público da campanha. É diante dessa necessidade que alcançamos o insight ideal. Trata-se de uma abordagem direta, simples, verdadeira e com sonoridade extraordinária; a síntese que supera o problema, valoriza o trabalho já realizado e, ao mesmo tempo, projeta a importância das ações futuras.

“Em cada lugar uma nova história”. Esse é o conceito. Uma construção simples, mas que transcende a representação textual e propicia uma imagem clara no imaginário do receptor. Além de abrangente e eloquente, a mensagem traduz a nova atitude na maneira de conduzir as questões da cidade. Por meio dele, podemos entender que o governo municipal faz mais que obras, ele defende o respeito ao cidadão, a proximidade entre poder público e população: é sensível ao que realmente importa.



forma, traduz o significado de uma nova forma de governar e sinaliza sua atuação prática na vida da cidade.

Importante ressaltar que, estando o eixo da nossa estratégia centrado em perfis variados de público, as peças da campanha terão enunciados múltiplos. Isso permitirá desdobramentos salutares à comunicação, além de promover a segmentação capaz de resolver o desafio de comunicação.

Padronização (como dizer) - Para que o novo posicionamento seja percebido com autenticidade é fundamental a unificação de elementos. Elevado padrão visual, perfil sonoro notável, aliados ao conceito, formam a arquitetura de *branding* que propomos.

O que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer - Para implementar a estratégia formulada, nossa campanha está focada na estratificação de público A,B,C,D,E 16+.

Adotamos a técnica de sobreposição de mídia, visando amplificar e fortalecer recepção da mensagem. Nossa campanha será lançada com filme 30", com forte abordagem emocional, que trabalha a melhoria da qualidade de vida do cidadão devido à pavimentação. A trilha do filme é formada por uma belíssima melodia que se intercala ao longo do comercial com interpretação dos personagens que materializam o impacto causado pelo plano de obras da Prefeitura. Além de veiculação aberta em TV aberta, o vídeo será disponibilizado via site da Prefeitura e poderá ser postado nos canais de redes sociais da Prefeitura. Um spot de 30 – peça presente na Ideia Criativa - ", com excelente interpretação e musicalidade, também será veiculado nas principais emissoras de rádio com audiência no município desde o primeiro dia da campanha; uma peça emocional e informativa. O meio jornal terá anúncio visando consolidar a mensagem junto ao público formador de opinião. Com o mesmo propósito, o meio revista – peça presente na Ideia Criativa - receberá inserção no início da veiculação, visando recall característico do canal.

A internet será outra grande aliada da campanha. Difundiremos o conteúdo por meio de banner eletrônico veiculado nos portais de notícias com relevância em LS e também pelo site da Prefeitura. Pelas redes sociais, especificamente Facebook e Instagram, trabalharemos linguagem criativa, que provoque os cidadãos a expressar o benefício da pavimentação em suas ruas. Vamos promover uma mensagem inclusiva, que vai estimular o engajamento dos cidadãos, sendo eles os personagens

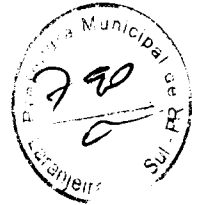




campanha. Propomos a criação de e-mail marketing com conteúdo dirigido aos servidores municipais e veículos de imprensa, promovendo o conceito central da campanha e expondo o cronograma de obras da Prefeitura. Será reforçada a tônica de que se trata do maior pacote de obras da história do município.

Pelo meio outdoor – peça presente na Ideia Criativa -, ampliaremos a capilaridade da campanha, expondo peça expressiva e mensagem direta. A peça ficará exposta durante todo o período da campanha. Já as ferramentas não mídia reforçarão a mobilidade da mensagem. Aplicaremos adesivos com o tema da campanha no vidro traseiro de parte da frota municipal. Ônibus e carros se tornarão outdoors itinerantes. E para arrematar a estratégia de comunicação, um jornal (house organ), com 4 páginas vai concentrar as informações centrais do programa de pavimentação, trazendo imagens expressivas e listas das ruas e estradas atendidas até o momento e que ainda serão beneficiadas. Relatos dos cidadãos também serão expostos, visando demonstrar a melhoria prática na vida das pessoas. O material será entregue nas residências do município.

Como se vê, criamos um grande arranjo comunicacional que, distribuído de forma eficaz via canais selecionados tecnicamente, se apresenta sólido e eficiente. Vejamos a seguir a Ideia Criativa, que exemplifica com três peças o Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação desenvolvidos. Na sequência, apresentamos também a Estratégia de Mídia e Não Mídia, que permitirá a distribuição apropriada da mensagem.



## Estratégia de Mídia e Não Mídia

Cenário – Laranjeiras do Sul tem hoje, com base nos dados do IBGE – 2017, 32.379 habitantes, sendo aproximadamente 18% moradores da área rural e 82% da região urbana. Para uma compra de mídia mais eficiente, visando a otimização dos recursos, avaliamos os dados citados e também a área de cobertura geográfica dos municípios. No tocante aos meios de comunicação de massa e segmentados, aplicamos análise técnica considerando os perfis centrais de público citados na Estratégia de Comunicação.

Para obter a abrangência e sensibilização desejada dos grupos alvos, procuramos, a partir de diferentes plataformas de mídia, atingir o mais alto percentual de alcance (número de diferentes pessoas expostas a um ou mais veículo) e maior frequência (número de vezes que o indivíduo é exposto à mensagem em determinado período de tempo) dentro dos recursos financeiros disponíveis. Vale ressaltar que o plano simulado, recomenda o edital, deve ser todo elaborado utilizando-se as tabelas de preços dos veículos de comunicação. Sabe-se que esse procedimento, embora correto, faz com que a alocação de esforços fique prejudicada, pois a negociação proporciona economia e rentabilidade de recursos financeiros, permitindo ampliação do volume de mídia.

### Hábitos de consumo

O primeiro passo para uma estratégia bem-sucedida é entender o público-alvo. Para isso, desenvolvemos diversas análises observando os filtros estatísticos usados tecnicamente: sexo, classe socioeconômica, idade, grau de instrução/escolaridade e ocupação, além da afinidade das programações e locais de contato com os públicos, bem como as suas dinâmicas de consumo. Assim chegamos a um corte central. População geral: homens e mulheres, das classes sociais A, B, C, D, E com idade superior a 16 anos. A análise comportamental referente ao consumo de mídia será descrita nos gráficos a seguir. A seleção dos meios ocorreu considerando a relevância técnica dos canais conforme segue:

### Televisão

Meio de maior penetração, com índice de 80%, sendo 74% AB e 83% C e 87% DE. Com excelente cobertura geográfica, a televisão exerce um papel importante na sociedade, introduzindo hábitos e influenciando a linguagem. Pela sua abrangência e por influenciar o comportamento das pessoas, a televisão foi considerada um meio de grande impacto na estratégia da campanha.



### Rádio

Meio fundamental em termos penetração e mobilidade, como índice superior de 61%, sendo 60% nas classes AB e 60% na C e 64% DE. Fala diretamente com a comunidade local, prestando serviços, informando e proporcionando entretenimento. O rádio é um importante prestador de serviços, com jornalismo atuante.

### Jornal

Proporciona cobertura junto ao público formador de opinião, trazendo credibilidade à mensagem. Seus diversos cadernos abrangem acontecimentos do Brasil, Estado e principalmente do município, o que o torna um meio de grande relevância. 17% de penetração, sendo 22% na AB e 15% na C e 12% DE.

### Revista

Fonte de informação geral, profissional e de entretenimento. Atinge as classes socioeconômicas mais elevadas – A/B 33%, C 30% e DE 19%. Os índices de penetração são de 30%, e é um meio eficiente para influenciar os formadores de opinião. O envolvimento do leitor, a ambientação, a qualidade gráfica e o maior tempo de leitura disponível transferem para o anúncio o prestígio e a credibilidade do título.

### Exterior - OOH

As vantagens do uso desse meio são: sua localidade, pois não há meio mais local do que esse; mídia de grande impacto visual; sua universalidade do ponto de vista do mercado aberto, ainda que seja possível a seletividade de seu uso pela escolha de locais ou de diferentes modalidades; e sua instantaneidade de comunicação. Sempre com localização privilegiada para atingir pessoal em veículos e pedestres, a publicação é instalada em equipamentos com benefício direto a população como totens. Penetração de 48%, sendo 59% junto às classes AB, 46% C e 28% DE.

### Internet

Hoje a internet é o meio com maior crescimento de penetração, é o meio em que as pessoas mais prestam atenção no conteúdo. A internet é um dos poucos veículos que oferece a possibilidade de atingir seu público durante o horário de trabalho. Prova disso é a maior concentração da audiência durante o chamado horário comercial. Penetração de 75%, sendo 92% A, 89% B1, 83% B2, 77% C1, 60% C2 e 40% DE.



## Não Mídia

Teremos adesivo para aplicação no vidro traseiro dos veículos da frota municipal (90X120cm), material impresso de baixo custo e grande mobilidade - 25 mil unidades. Propomos também um jornal (House Organ) de 4 páginas, que reunirá imagens de grande impacto, lista das ruas beneficiadas e que ainda serão atendidas, e relatos dos moradores de diferentes regiões urbanas e rurais. Serão impressas 9.000 unidades do material, que será entregue pelos correios em 9 mil residências da cidade.

### Tática de Mídia e Não Mídia (simulação do plano)

A programação desenvolvida para atingir a população de Laranjeiras do Sul é composta pelos meios de comunicação televisão, rádio, jornal, revista, internet, mídia exterior e não mídia. (Quadro A).

### Rádio (Quadro A1)

Selecionamos as emissoras: Campo Aberto, Educadora, Líder Sul, Rádio T, Rádio Massa, 92 FM e Rádio Cultura Sul, que apresentam melhor qualificação e audiência para a campanha, seguindo como base o mapa apresentado em anexo. A programação é composta por spot 30" e permanece durante toda a campanha com frequência ótima. Também aplicaremos duas inserções em cada edição do Programa Institucional da Prefeitura. A distribuição adotada permite a otimização do investimento, totalizando 884 inserções. Investimento total: R\$ 146.909,00.

### Televisão (Quadro A2)

Além de analisar a verba disponível, avaliamos a audiência e programação das emissoras. A campanha será lançada em filmes 30" nas principais redes de televisão com cobertura no município: RPC Guarapuava e Rede Massa Naipi. Os programas escolhidos focam o perfil de público definido. A televisão é um dos principais meios da nossa campanha a programação permanece no ar com grande frequência durante todo o período. Trata-se do canal que ampliará de forma significativa a notoriedade da mensagem. No total, 24 inserções e investimento de R\$ 16.367,00.

### Revista (Quadro A3)

Teremos 2 anúncios de 1 página nas revistas I9 e Regional. A veiculação no início da campanha, permitindo o aproveitamento máximo dos veículos. Investimento: R\$ 2.280,00.



#### Exterior – Outdoor (Quadro A4)

Com esse meio, atingimos as pessoas que estão circulando por vias importantes de Laranjeiras do Sul, seja a pé ou em veículos. Serão 7 painéis, situados em locais estratégicos da cidade, com grande circulação, expostos por 30 dias. Investimento total: R\$ 4.900,00.

#### Jornal (Quadro A5)

Teremos 2 anúncios de ½ página no jornal Correio do Povo, no nono e vigésimo sexto dias da campanha. Investimento total: R\$ 9.772,00.

#### Internet (Quadro A6)

Teremos banner eletrônicos nos portais Portal Cantú (média de 133 mil views/dia), Olho Aberto (média de 7 mil views/dia) e Blog Meia Hora Notícias (média de 22 mil views/dia), além do site da Prefeitura. Investimento total: R\$ 5.150,00.

Os meios digitais próprios também não poderiam ficar de fora. São eles instagram, facebook, site e mailing. Investimento para promoção no facok ebook (3.050 seguidores na página da Prefeitura) será de R\$ 350,00 e terá alcance/impactos estimado de 147.000 pessoas, com idade 16+, considerando a cidade de Laranjeira do Sul e entorno (40 Km de raio). Outros R\$ 300,00 serão investidos no instagram (1.030 seguidores na página da Prefeitura) - mesmo público - com alcance/impacto estimado de 15.600 pessoas, também considerando a cidade de Laranjeira do Sul e entorno (40 Km de raio).

A ação se estenderá pelos 30 dias. E-mail marketing também será produzidos para levar a mensagem aos servidores municipais e veículos de imprensa, aproveitando o mailing da Prefeitura.

#### Não Mídia (Quadro B)

Adotaremos adesivo de frota para os vidros traseiros de 25 veículos da Prefeitura. Será uma ótima mídia itinerante, com baixo investimento, R\$ 4.070,00 no total. Também serão impressos em papel brighth 9.000 jornais no formato tablóide, 4 páginas, 4X4 cores, refilado. Serão distribuídos nas residências do município pelos Correios. O material tem grande relevância pela experiência diferenciada que propiciará ao *target*. A peça possui impacto visual e bom custo benefício. Custo de produção, R\$ 1.863,00 e em distribuição, R\$ 1.980,00.



#### Criação (Quadro C)

Conforme estabelece o edital, foram considerados todos os custos de serviços internos da campanha, tendo como base a tabela em vigor do Sinapro-PR.

#### Produção (Quadro D)

Vale ressaltar que a produção de todas as peças sugeridas e terceiros contratados atendem características técnicas de alta qualidade, assegurando padrão ideal para a campanha. Investimento total: R\$ 20.291,00.

#### Síntese

Como é possível comprovar, a Estratégia de Mídia apresentada encontra-se totalmente alinhada aos demais tópicos exigidos no presente edital: Raciocínio Básico, Ideia Criativa e Estratégia de Comunicação Publicitária. Além disso, o conteúdo global desta campanha simulada cumpre integralmente os parâmetros estabelecidos e responde com excelência ao problema de comunicação. Desta forma, esta licitante comprova aptidão para a execução integral dos trabalhos previstos neste certame.



Gráficos de Mídia  
Afinidade e Penetração dos Meios

# PERFIL MEIO TV ABERTA

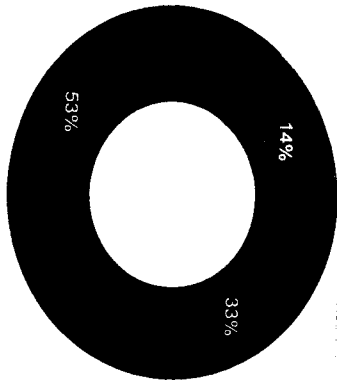
Perfil dos Consumidores



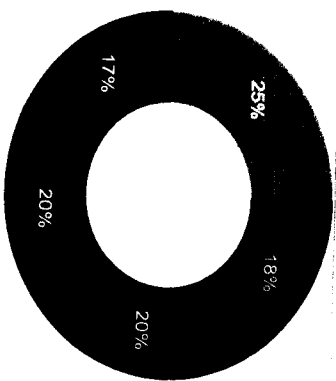
Sexo



Classe Econômica



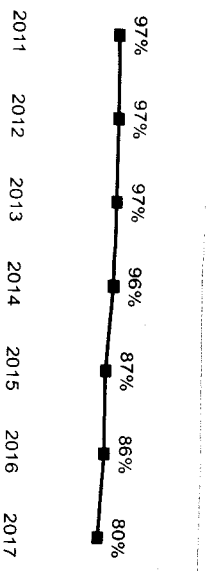
Faixa Etária



Fonte: Ipsos Brasil - Pesquisas de Mercado Ltda. EGM Multimídia - Julho de 2016 a Junho de 2017 TOM Micro

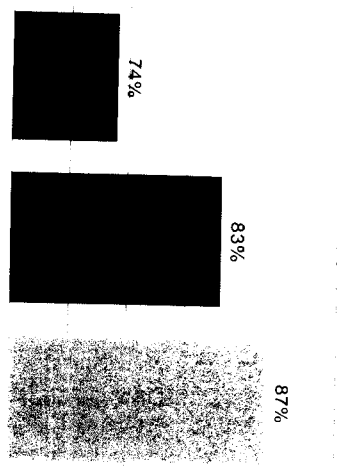
## Penetração do meio

Evolução

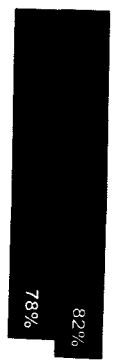


— Duplo Período: Assistiu a TV aberta nos últimos 7 dias

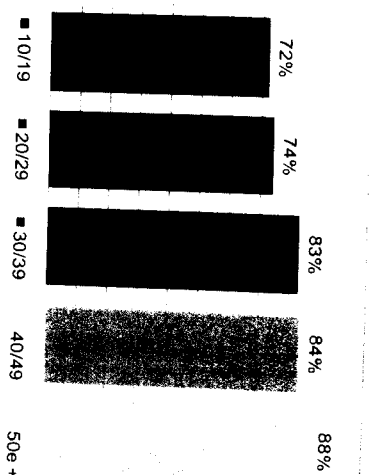
Classe Econômica



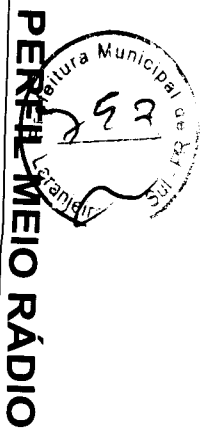
Sexo



Faixa Etária







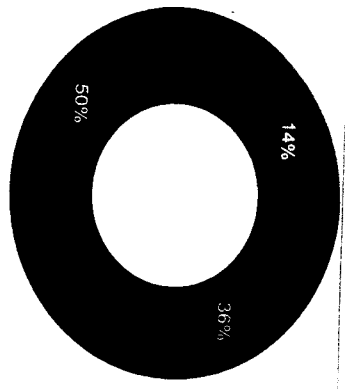
# PERFIL MEIO RÁDIO

## Perfil dos Consumidores

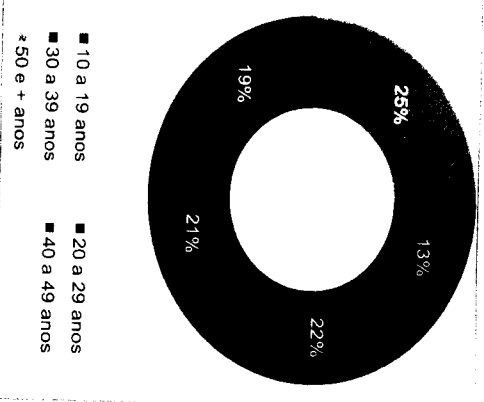
Sexo



Classe Econômica



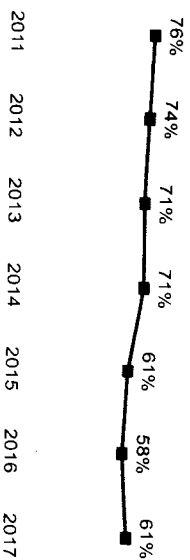
Faixa Etária



Fonte: Ipsos Brasil Pesquisas de Mercado Ltda. EGM Multinídia - Julho de 2016 a Junho de 2017 TOM Micro

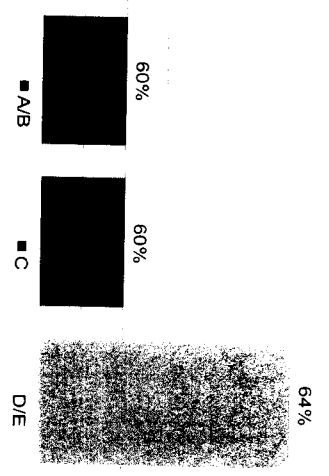
## Penetração do meio

Evolução



■ Duplo Período: Ouviu rádio AM/FM nos últimos 7 dias

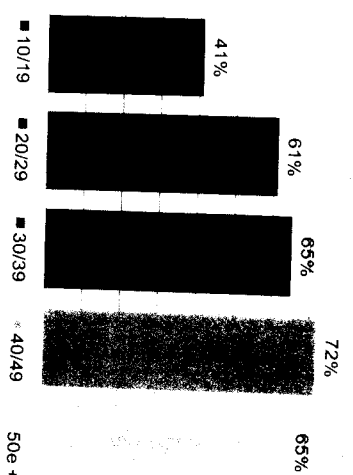
Classe Econômica



Sexo



Faixa Etária

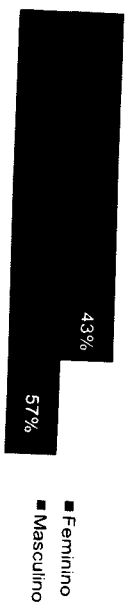




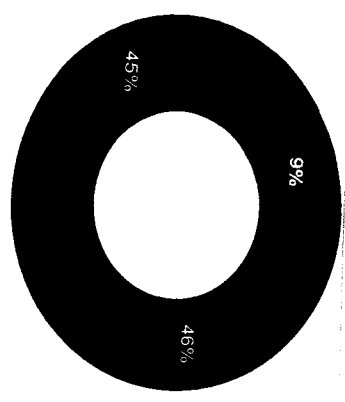
# PERFIL MEIO JORNAL

## Perfil dos Consumidores

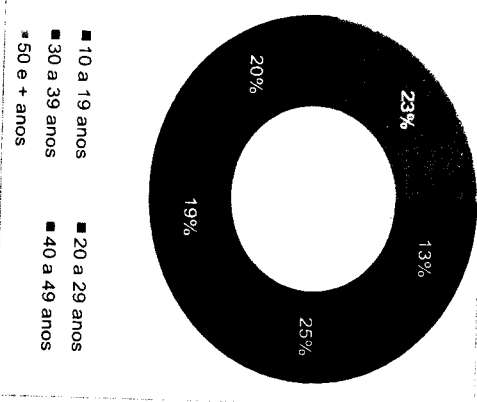
Sexo



Classe Econômica

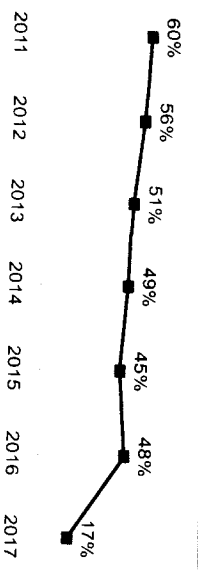


Faixa Etária

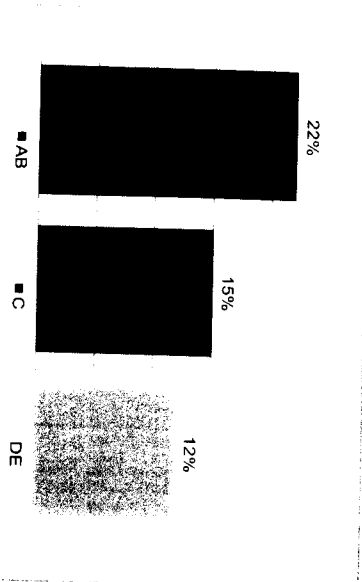


Fonte: Ipsos Brasil Pesquisas de Mercado Ltda. EGM Multirridia - Junho de 2016 a Junho de 2017 TOM Micro

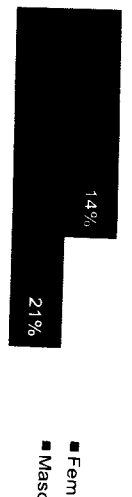
## Penetração do meio Evolução



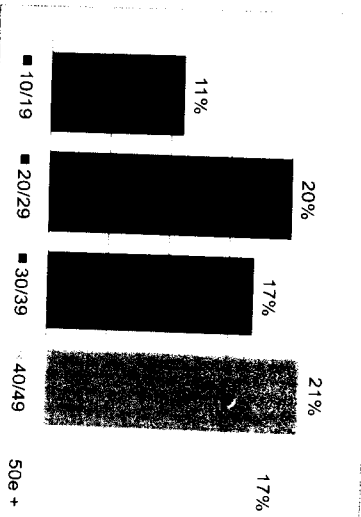
Classe Econômica



Sexo



Faixa Etária





# PERFIL MEIO REVISTA

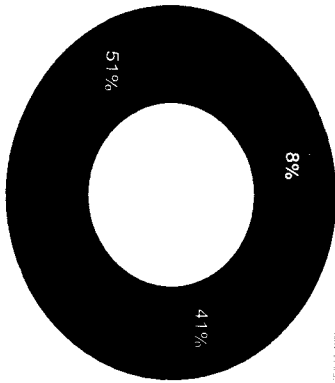
Imprensa + Digital  
Perfil dos Consumidores

Sexo



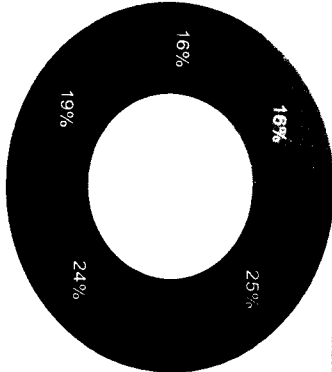
■ Feminino  
■ Masculino

Classe Econômica



■ A/B  
■ C  
■ D/E

Faixa Etária

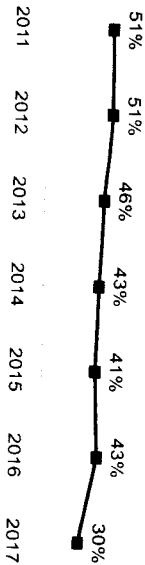


■ 10 a 19 anos  
■ 20 a 29 anos  
■ 30 a 39 anos  
■ 40 a 49 anos  
■ 50 e + anos

Fonte: Ipsos Brasil Pesquisas de Mercado Ltda. EGM Multimídia - Julho de 2016 a Junho de 2017 TOM Micro

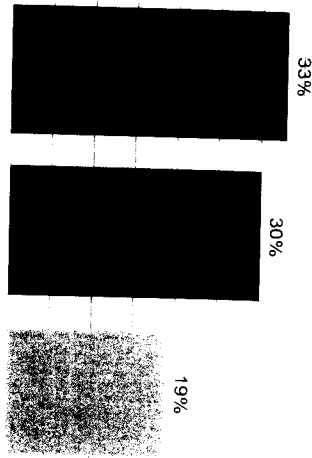
## Penetração do meio

Evolução



— Duplo Período: Leu/folheou revista pelo menos um título nos últimos 15 dias

Classe Econômica



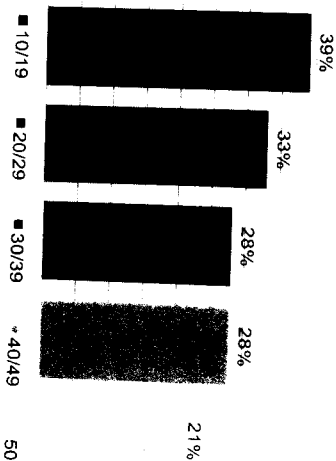
■ A/B  
■ C  
■ D/E

Sexo



■ Fem  
■ Mas

Faixa Etária

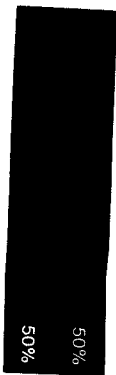


# PERFIL DO MEIO EXTERIOR

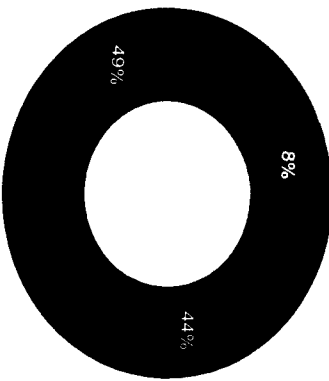
## Perfil dos Consumidores



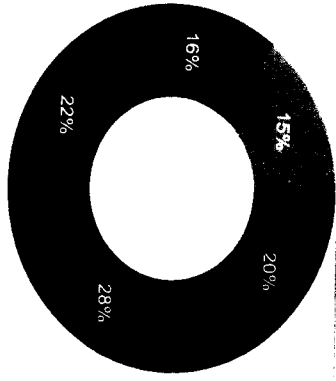
Sexo



Classe Econômica

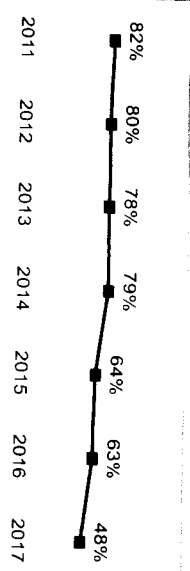


Faixa Etária



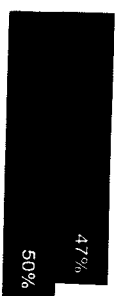
Fonte: Ipsos Brasil Pesquisas de Mercado Ltda - EGM Multimídia - Julho de 2016 a Junho de 2017 TOM Micro

## Penetração do meio Evolução

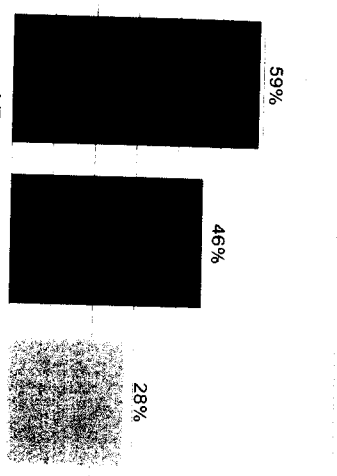


— Duplo Período: Notou mídia exterior nos últimos 7 dias

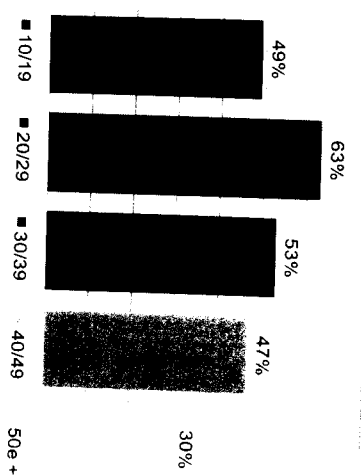
Sexo



Classe Econômica



Faixa Etária





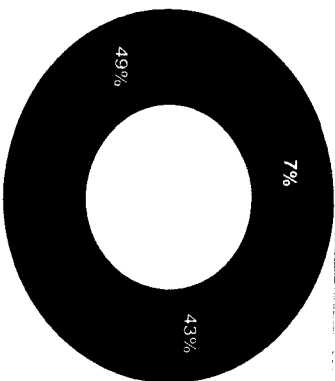
# PERFIL MEIO INTERNET

## Perfil dos Consumidores

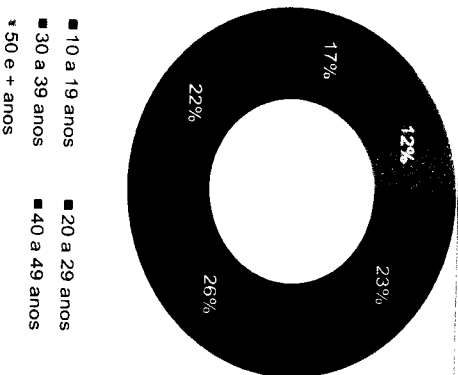
Sexo



Classe Econômica

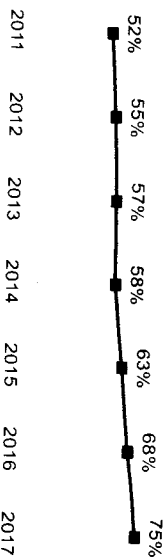


Faixa Etária



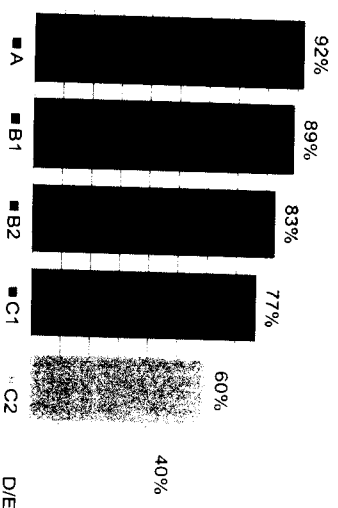
Fonte: Ipsos Brasil Pesquisas de Mercado Ltda. EGM Multimídia - Julho de 2016 a Junho de 2017 TOM Micro

## Penetração do meio Evolução



■ Duplo Período: Acessou a Internet pelo menos uma vez nos últimos 7 dias

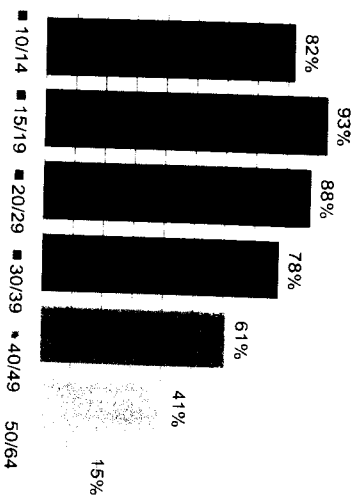
Classe Econômica



Sexo



Faixa Etária



Gráficos de Mídia  
Cobertura de Mídia





# COBERTURA DE MÍDIA POR MEIO

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
TV				
RADIO				
JORNAL				
INTERNET				
EXTERIOR				
NÃO MÍDIA				
REVISTA				



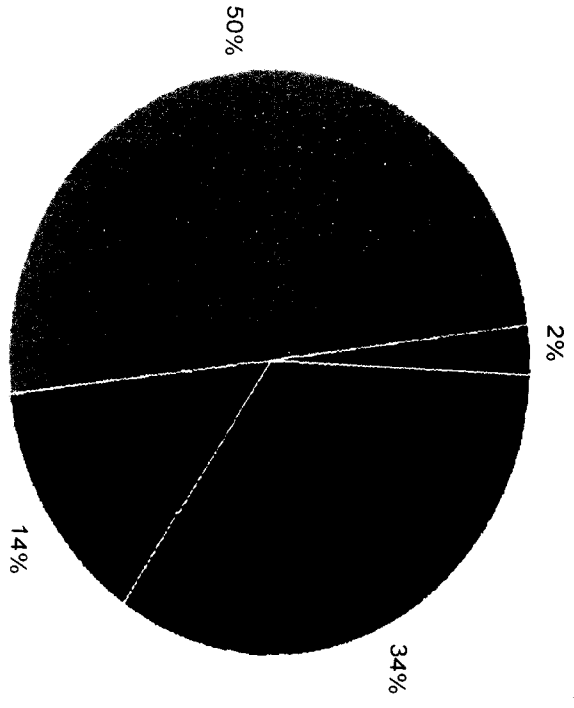
Gráficos de Mídia  
Investimento Geral





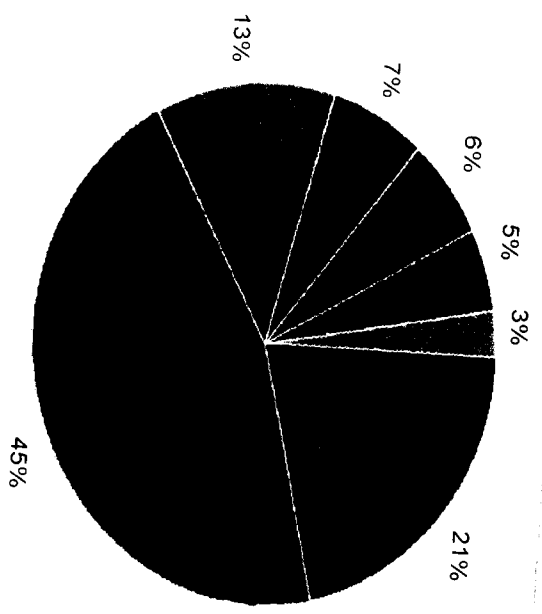
# INVESTIMENTO DE MÍDIA

## INVESTIMENTO TOTAL



■ CRIAÇÃO ■ PRODUÇÃO ■ VEICULAÇÃO ■ NÃO MÍDIA  
TOTAL GLOBAL: R\$ 148.181,00

## PARTICIPAÇÃO DOS MEIOS



■ TV ■ RÁDIO ■ JORNAL  
■ INTERNET ■ EXTERIOR ■ NÃO MÍDIA  
■ REVISTA  
TOTAL VEICULAÇÃO: R\$ 77.896,00

Tática de Mídia  
Planilhas de Mídia































## **ROTEIRO - SPOT PARA RÁDIO 30"**

---

Com esse SPOT apresentamos as mudanças positivas que o Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul está promovendo na vida das pessoas. O comercial inicia com as declarações de três personagens, representantes de diferentes regiões da cidade. Estes falam diretamente com o ouvinte, de forma simples e verdadeira, seguidos da exposição de informações centrais sobre os investimentos do Município.

*Entra trilha instrumental. Emotiva, crescente.*

*Mulher, dona de casa, 40 anos.*

**Sabe quem está morando na minha rua?**

**.... A felicidade!**

*Homem, trabalhador, 25 anos.*

**No meu bairro, a qualidade de vida veio pra ficar!**

*Idosa, 70 anos.*

**E por onde passo, eu encontro respeito.**

*Locução institucional feminina.*

**A Prefeitura de Laranjeiras do Sul está investindo mais de 21 milhões de reais em pavimentação urbana e recuperação de estradas rurais.**

**É o maior programa de obras da história do município!**

**...O desenvolvimento está chegando para todos.**

**...Um grande orgulho pra nossa gente.**

*Breve pausa*

**Prefeitura de Laranjeiras do Sul.**



Preceded in  
public place.  
Diana Petho